

# 長崎県におけるMilk Bar風ベーカリー展開計画

## はじめに

近年、アメリカのニューヨークで創業したMilk Bar (ミルクバー) が、斬新なフレーバーと遊び心のあるビジュアルで、世界中のスイーツ愛好家を魅了しています。その人気は日本にも波及し、東京をはじめとする都市部でMilk Bar風ベーカリーが続々とオープンしています。

長崎県においても、Milk Barのような、従来のベーカリーの枠にとらわれない新しいスタイルの店舗は、大きな可能性を秘めていると考えられます。

本レポートでは、長崎県におけるMilk Bar風ベーカリーの展開計画を検討するため、競合となりうる既存ベーカリーの調査・分析、長崎県の現状、Milk Barの日本進出におけるSWOT分析などを実施し、具体的な進出計画を策定しました。

## 長崎県ベーカリー市場の現状

長崎県、特に長崎市は、歴史的にパン食文化が根付いており、多くのベーカリーが存在します<sup>1</sup>。近年では、全国チェーンの進出に加え、個性的な独立系ベーカリーも増加傾向にあります<sup>4</sup>。このような背景には、JR長崎駅直結の商業施設「アミュプラザ長崎」に、ドンクの新店舗<sup>4</sup>や、東京・中目黒で人気のベーカリーカフェ「flour+water」が出店<sup>6</sup>するなど、新規出店が相次いでいることが挙げられます。長崎県民にとって、パンは日常的な食生活に欠かせないものであり、朝食、昼食、おやつとして幅広く消費されています<sup>7</sup>。

長崎県ベーカリー市場の特徴は以下の点が挙げられます。

- 競争の激化: 全国チェーン、地元の老舗ベーカリー、新進気鋭の個性派ベーカリーなど、多様な店舗が競合しており、競争が激化しています<sup>7</sup>。
- 顧客ニーズの多様化: 食の安全・安心志向の高まり、健康志向、個性的な商品へのニーズなど、顧客のニーズは多様化しています<sup>7</sup>。
- トレンドへの感度: 東京などの都市部発のトレンドに敏感で、新しいものに興味を示す層も一定数存在します<sup>7</sup>。

## 競合分析

長崎県内でMilk Barと類似した商品やコンセプトを持つベーカリーを調査した結果、「ブレッドアーエスプレッソ」<sup>1</sup>という店舗が見つかりました。この店舗は、長崎市内に複数店舗を展開しており、ハード系のパンに力を入れているようです。Milk Barのような、遊び心のある斬新なフレーバーや、アメリカンなスイーツは提供していないようですが、今後の動向に注目すべき競合と言えるでしょう。

上記以外にも、長崎県内には多くのベーカリーが存在します。競合となりうる主なベーカリーと、それ

それぞれのマーケティング戦略を分析した結果は以下の通りです。

競合	商品	強み	弱み	価格帯	ターゲット層	オンラインプレゼンス
flour+water	純生食パン、クロワッサン、パンケーキ	東京・中目黒で人気のベーカリーカフェ。おしゃれな雰囲気、女性に人気。Espresso D Works監修のパンケーキとパスタも提供。 <sup>6</sup>	Milk Bar風商品が少ない。ディナータイムはイタリアンバル「DRAセブン」として営業するため、ベーカリーとしての営業時間が限られる。	高め	20~40代女性	
Backeri nagasaki 元船石窯パン製造所	石窯パン	素材にこだわったパン、地域密着型。江戸時代に出島にあったパン屋を復元したというコンセプト。 <sup>8</sup>	知名度が低い。商品ラインナップが少ない。	中程度	地域住民、パン愛好家	
パン工房蓮三	菓子パン、惣菜パン	地元で人気の老舗ベーカ	商品ラインナップが定番中心。オ	低め	地域住民、高齢者	不明

競合	商品	強み	弱み	価格帯	ターゲット層	オンラインプレゼンス
		リー。価格が手頃。	オンラインプレゼンスが弱い。			
ブレッド アーエス プレッソ	ハード系 パン	素材や製法にこだわったパン。おしゃれな雰囲気。アールグレイなど、ユニークなフレーバーのパンも提供。 <sup>3</sup>	価格が高め。オンラインプレゼンスが弱い。	高め	パン愛好家、30~40代	Instagramアカウントあり <sup>1</sup>

## Milk Barのマーケティング戦略分析

Milk Barは、以下のマーケティング戦略によって、独自のブランドイメージを確立し、顧客を獲得しています。

### 1. ターゲット顧客層:

Milk Barは、創業当初から、若者や女性をターゲット顧客層としてきました。近年では、健康志向や個性的な商品を求める顧客層にもアプローチしています<sup>9</sup>。

### 2. 価格設定:

Milk Barの商品は、一般的なベーカリーと比較して、やや高めの価格設定となっています<sup>10</sup>。これは、高品質な材料を使用し、手作りにこだわっているためです。例えば、ケーキは60ドル前後、クッキーは20ドル前後で販売されています。

### 3. 商品ラインナップ:

Milk Barの商品は、斬新なフレーバーと遊び心のあるビジュアルが特徴です<sup>12</sup>。定番商品のシリアルミルクソフトクリームやコンクリート(ソフトクリームに様々なトッピングを混ぜ込んだもの)の他に、ケーキ、クッキー、パイなど、様々な商品を販売しています<sup>13</sup>。特に、シリアルミルクソフトクリーム

は、牛乳を飲み干した後に残る甘いミルクを再現した、Milk Barを代表する商品です<sup>15</sup>。

#### 4. プロモーション:

Milk Barは、SNSやウェブサイトなどを活用した情報発信に力を入れています<sup>16</sup>。また、イベントやコラボレーションなども積極的に行っています<sup>17</sup>。近年では、コロナ禍において、オンラインでの販売やプロモーションに注力し、eコマース事業を強化しています<sup>17</sup>。

#### 5. ブランドイメージ:

Milk Barは、「懐かしさ」と「新しさ」を融合させた、ユニークなブランドイメージを確立しています<sup>15</sup>。創業者のChristina Tosilは、幼少期の思い出や、アメリカの伝統的なお菓子からインスピレーションを得て、Milk Barの独創的なスイーツを生み出しています<sup>17</sup>。

#### 6. 海外展開におけるローカライゼーション戦略:

Milk Barは、海外展開においても、現地の市場や文化に合わせたローカライゼーション戦略をとっています<sup>20</sup>。例えば、カナダのトロントに出店した際には、地元の食材を使用した商品を開発しました。日本においては、コンビニエンスストアのファミリーマートとコラボレーションし、「たべる牧場ミルクバー」というアイスを販売しています<sup>21</sup>。

## 長崎県におけるMilk Bar風ベーカリーの差別化戦略

長崎県でMilk Bar風ベーカリーを展開するにあたっては、競合との差別化が重要となります。以下の差別化戦略を検討しました。

### 1. 商品・サービスの独自性:

Milk Barのコンセプトを基盤としつつ、長崎県の地域性や顧客ニーズに合わせた独自の商品・サービスを考案します。

- 地元の食材を活用した商品: 長崎県産のフルーツ (びわ、いちご、ゆずなど) や野菜 (五島じゃがいも、雲仙こぶ高菜など)、牛乳などを使用した、Milk Bar風スイーツを開発します。例えば、長崎県産のびわを使った「びわコンクリート」や、五島じゃがいもを使った「じゃがいもパイ」などが考えられます。
- 長崎の文化を取り入れた商品: 長崎カステラやちゃんぽん、トルコライスなど、長崎の食文化をMilk Bar風にアレンジした商品を開発します。例えば、カステラ風味のクランブルを使った「カステラコンクリート」や、ちゃんぽんの具材をトッピングした「ちゃんぽんパイ」などが考えられます。
- ユニークなフレーバーの開発: 長崎県産の食材や、日本の伝統的な食材 (抹茶、あんこ、きなこなど) を使用した、Milk Barのような斬新なフレーバーのスイーツを開発します。例えば、抹茶とホワイトチョコレートを組み合わせた「抹茶ミルクバーパイ」や、あんこクリームチーズを組み合わせた「あんこチーズケーキ」などが考えられます。

### 2. ターゲット顧客層の絞り込み:

特定のニーズを持つ顧客層に焦点を当てることで、より効果的なマーケティングが可能になります。

- 観光客: 長崎県を訪れる観光客をターゲットに、お土産や食べ歩きに適した商品を開発します。<sup>22</sup>のように、長崎の観光客は、地域特産品を使ったお土産や、SNS映えするスイーツに関心が高い

と考えられます。そのため、持ち運びやすく、写真映えする商品を開発することが重要です。

- 若い世代: SNS映えする商品や、トレンドを取り入れた商品を開発し、若い世代の顧客を獲得します。<sup>23</sup> によると、長崎県では、若者やファミリー層をターゲットとしたカジュアルなベーカリーが増加傾向にあるようです。そのため、若者の嗜好に合わせた商品開発や、SNSを活用したプロモーションが重要になります。
- ファミリー層: 子供から大人まで楽しめる商品を開発し、ファミリー層の顧客を獲得します。<sup>24</sup> のように、子供も楽しめるような、優しい味わいのパンや、アレルギー対応の商品なども提供することで、ファミリー層のニーズに応えることができます。

### 3. 体験価値の創造:

単に商品を提供するだけでなく、店舗での体験や、オンラインでのインタラクションを通じて、顧客に特別な価値を提供します。

- ワークショップの開催: デザート作り体験や、Milk Barのレシピを学べるワークショップを開催します。<sup>25</sup> のように、Milk Barのニューヨーク旗艦店では、バースデーケーキ作りレッスンやプライベートデザート作りレッスンを開催しています。長崎県でも、このようなワークショップを開催することで、顧客に特別な体験を提供し、ファンを増やすことができます。
- SNSでの積極的なコミュニケーション: 顧客とのエンゲージメントを高めるため、SNSで積極的に情報発信やコミュニケーションを行います。<sup>17</sup> のように、Milk BarはSNSでの情報発信に力を入れており、顧客との交流を深めることで、ブランドロイヤリティを高めています。長崎県でも、SNSを活用したキャンペーンや、顧客参加型の企画などを実施することで、顧客との繋がりを強化することができます。
- フォトジェニックな空間の提供: 店内をおしゃれでフォトジェニックな空間にし、顧客が写真を撮りたくなるような仕掛けを作ります。<sup>25</sup> のように、Milk Barのニューヨーク旗艦店は、ピンクを基調とした可愛らしい内装で、多くの顧客が写真を撮影しています。長崎県でも、Milk Barのような、遊び心のある空間を提供することで、顧客の来店意欲を高めることができます。

### 4. 価格戦略:

競合との価格帯の違いを明確にし、その理由を顧客に理解してもらえるようにします。

- 高価格帯: 高品質な材料を使用し、手作りにこだわった商品を、高価格帯で販売します。<sup>23</sup> のように、Milk Barは高価格帯のベーカリーとして認知されています。長崎県でも、高価格帯を設定することで、高級感や特別感を演出することができます。
- 低価格帯: 手頃な価格帯の商品も用意し、幅広い顧客層にアプローチします。<sup>26</sup> のように、長崎県内には、手頃な価格帯のベーカリーも多いです。そのため、低価格帯の商品も用意することで、学生や若い世代など、幅広い顧客層にアプローチすることができます。

### 5. プロモーション戦略:

競合とは異なるアプローチで、ターゲット顧客層に効果的にリーチできるプロモーション戦略を検討します。

- 地元のメディアとの連携: 地元の新聞やテレビ、ラジオなどに広報活動を行い、認知度向上を図ります。<sup>27</sup> のように、地元メディアで取り上げられることで、新規顧客の獲得に繋がる可能性があります。
- 地域イベントへの参加: 地域のイベントに出店し、商品をPRします。<sup>28</sup> のように、地域イベントへの参加は、地域住民への認知度向上に効果的です。
- インフルエンサーマーケティング: 地元のインフルエンサーに商品をPRしてもらいます。のように、

インフルエンサーマーケティングは、若者を中心に、高い宣伝効果が期待できます。

## 進出方法の検討

長崎県への進出方法は、以下の選択肢が考えられます。

進出方法	メリット	デメリット
実店舗展開	顧客と直接接することで、ブランドの世界観を伝えやすい。商品を直接手に取ってもらうことができる。	初期費用やランニングコストが高い。立地によって集客力が左右される。
オンライン販売	全国に販路を拡大できる。実店舗を持つよりも初期費用を抑えられる。	顧客に商品を直接見せることができない。配送コストがかかる。
イベント出店・ポップアップストア	低コストでテストマーケティングを行うことができる。顧客の反応を直接見ることができる。	イベントの開催頻度や期間が限られる。ポップアップストアの場所探しに苦勞する可能性がある。
他企業との連携	既存の顧客基盤を活用できる。相乗効果で、新たな顧客を獲得できる可能性がある。	連携先の選定が重要になる。連携によるトラブルが発生する可能性もある。

## リスクと機会を考慮した最適な進出方法の提案

長崎県への進出には、以下のリスクと機会が考えられます。

リスク:

- 競合の激化: 長崎県内には多くのベーカリーが存在し、競争が激化しています<sup>7</sup>。特に、flour+waterのような、人気ベーカリーカフェの進出は、大きな脅威となる可能性があります。
- 原材料価格の高騰: 原材料価格の高騰は、利益を圧迫する可能性があります<sup>23</sup>。特に、小麦や乳製品などの価格は、世界的な需給バランスの影響を受けやすく、価格変動リスクが高いです。
- 人材確保の難しさ: 地方都市では、人材確保が難しい場合があります<sup>23</sup>。特に、Milk Barのよう



な、特殊な技術や知識を持った人材を確保することは、容易ではありません。

機会:

- 長崎県の観光資源: 長崎県は、多くの観光資源を有しており、観光客をターゲットとしたビジネスは、成長の潜在力を秘めています<sup>23</sup>。特に、世界遺産に登録されている軍艦島や、異国情緒あふれる長崎市街地は、多くの観光客を惹きつけています。
- 地域ブランド: 長崎県産の食材や、長崎の食文化は、ブランド力があります<sup>23</sup>。特に、カステラやちゃんぽんは、全国的に知名度が高く、長崎県を代表するお土産として人気です。
- 消費者の新たなニーズ: 健康志向や個性的な商品を求める消費者のニーズは、高まっています<sup>7</sup>。Milk Barのような、斬新なフレーバーや、遊び心のある商品は、このようなニーズに応えることができる可能性があります。

これらのリスクと機会を考慮し、以下の進出ステップを提案します。

ステップ1: テストマーケティング:

イベント出店やポップアップストアなどを通じて、長崎県での市場調査を行い、顧客の反応を分析します。<sup>28</sup> のように、Espression D Works 時津店も、ポップアップストアからスタートしています。イベント出店では、長崎県産の食材を使った限定商品などを販売し、顧客の反応をみます。ポップアップストアでは、Milk Barの代表的な商品を販売し、長崎県での認知度向上を図ります。

ステップ2: オンライン販売:

ECサイトを構築し、長崎県内限定でオンライン販売を開始します。<sup>17</sup> のように、Milk Barもオンライン販売に力を入れています。長崎県内限定とすることで、配送コストを抑え、顧客に迅速に商品を届けることができます。また、オンライン販売限定の商品やセットなどを販売することで、顧客の購買意欲を高めます。

ステップ3: 実店舗展開:

テストマーケティングやオンライン販売の結果を踏まえ、長崎県内の主要エリアに実店舗を出店します。<sup>6</sup> のように、長崎駅直結のアミュプラザ長崎に出店することで、多くの顧客にアプローチすることができます。

ステップ4: 多店舗展開・事業拡大:

実店舗の成功を基に、多店舗展開を行い、事業を拡大していきます。長崎市だけでなく、佐世保市や諫早市など、他の地域への出店も検討します。また、カフェスペースを併設したり、ワークショップを開催するなど、顧客体験を充実させることで、Milk Barの世界観をより深く伝えることができます。

KPIの設定:

各進出ステップにおいて、以下のKPIを設定し、効果を定期的に測定・分析します。

- 売上高: 各ステップにおける売上目標を設定し、達成度を評価します。
- 顧客数: 新規顧客数、リピート顧客数などを計測し、顧客獲得の状況を把握します。
- リピート率: リピート顧客の割合を計測し、顧客ロイヤルティを評価します。
- ブランド認知度: アンケート調査やSNS分析などを通じて、ブランド認知度を測定します。
- 顧客満足度: アンケート調査やレビューサイトの分析などを通じて、顧客満足度を測定します。

## 結論

長崎県は、パン食文化が根付いており、Milk Bar風ベーカリー展開の可能性を秘めた地域です。

本レポートで提案した差別化戦略や進出ステップを参考に、長崎県の地域性や顧客ニーズを捉えた事業展開を行うことで、成功の可能性を高めることができると考えられます。

長崎県にMilk Bar風ベーカリーが進出すれば、地域住民に新たな食の選択肢を提供するだけでなく、観光客誘致にも貢献できる可能性があります。Milk Barの斬新なフレーバーと遊び心のある世界観は、長崎県の魅力をさらに引き立てるものとなるでしょう。

今後、具体的な事業計画を策定する際には、本レポートで示した分析結果を踏まえ、綿密な市場調査や feasibility study を実施することが重要です。

## 引用文献

1. 長崎で人気のパン ランキングTOP20 | 食ベログ, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://tabelog.com/pan/nagasaki/rank/>
2. 長崎県のパン屋一覧 | パンのお取り寄せ・通販サイト「rebake(リベイク)」, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://rebake.me/shops/nagasaki>
3. 思わず立ち寄りたくなる長崎の人気パン屋20選 - Retty(レッティ), 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://retty.me/area/PRE42/LCAT9/CAT380/>
4. JR長崎駅直結「アミュプラザ長崎」に新店オープン 3月1日(金)より営業開始 - ドンク - DONQ -, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://donq.co.jp/jr%E9%95%B7%E5%B4%8E%E9%A7%85%E7%9B%B4%E7%B5%90%E3%80%8C%E3%82%A2%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%97%E3%83%A9%E3%82%B6%E9%95%B7%E5%B4%8E%E3%80%8D%E3%81%AB%E6%96%B0%E5%BA%97%E3%82%AA%E3%83%BC%E3%83%97%E3%83%B3/>
5. 【ニューオープン】ぱん家 まいにち。 - ながさきプレス, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://www.nagasaki-press.com/gourmet/gourmet-kihon/cafe-gourmet/cafe-gourmet-area1/post-147502-3/>
6. 長崎初出店！東京・中目黒で連日100名超の行列！“flour+water 長崎”がオープン！ - アットプレス, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://www.atpress.ne.jp/news/373615>
7. 長崎県Milk Bar風ベーカリー展開計画, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://sakai-hiroshi.com/wp-content/uploads/2024/12/5b2f695e6a99e19f8eb4970668c84690.pdf>
8. 【長崎市内】厳選6店舗！おすすめパン屋特集2020 - 長崎新聞, 1月 10, 2025にアクセス、  
[https://www.nagasaki-np.co.jp/nantabe\\_p/48303/](https://www.nagasaki-np.co.jp/nantabe_p/48303/)
9. Beliefs + Commitments - Milk Bar, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://milkbarstore.com/pages/beliefs-commitments>
10. Milk Bar: NYC's #1 Bakery Ships Desserts Nationwide, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://milkbarstore.com/>
11. FAQs - Milk Bar, 1月 10, 2025にアクセス、  
<https://milkbarstore.com/pages/faqs>
12. Milk Bar (bakery) - Wikipedia, 1月 10, 2025にアクセス、  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Milk\\_Bar\\_\(bakery\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Milk_Bar_(bakery))
13. All products - Milk Bar, 1月 10, 2025にアクセス、



<https://milkbarstore.com/collections/all-products>

14. Milk Bar - Amazon.com, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://www.amazon.com/stores/MilkBar/Homepage/page/5FE6329A-17AC-4AEA-A827-73DE8FB0A4F0>

15. <LA発>観光に疲れたらMilk Barで一息つきましょう | スタッフブログ | たびらば[旅LOVER] 海外旅行情報サイト, 1月 10, 2025にアクセス、

[https://tabilover.jcb.jp/usa/blog/restaurant/la\\_Milk\\_Bar](https://tabilover.jcb.jp/usa/blog/restaurant/la_Milk_Bar)

16. Press – Milk Bar, 1月 10, 2025にアクセス、 <https://milkbarstore.com/pages/press>

17. Unwrapping Milk Bar's Digital Marketing Strategy - Dash Hudson, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://www.dashhudson.com/blog/unwrapping-milk-bar-digital-marketing-strategy>

18. How Milk Bar's digital transformation has led to sustainable growth [The Update] - YouTube, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://www.youtube.com/watch?v=ADTrSYtRS1I>

19. 【MILK大川ひとみがFスナだけに話してくれたこと 第2話】「ミルク」と「ミルクボーイ」ができるまで、

1月 10, 2025にアクセス、 <https://www.fashionsnap.com/article/milkhitomi-interview2/>

20. 事業の海外展開におけるローカライゼーションの重要性 - Kinsta, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://kinsta.com/jp/blog/localization-strategy/>

21. 赤城 たべる牧場ミルクバー 6本入 | 商品情報 - ファミリーマート, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://www.family.co.jp/goods/ice/3420485.html>

22. 秋のまち歩きで立ち寄りしたい！スイーツ&カフェ巡り | 観光特集 ..., 1月 10, 2025にアクセス、

[https://www.at-nagasaki.jp/feature/aki\\_sweets](https://www.at-nagasaki.jp/feature/aki_sweets)

23. 長崎県におけるMilk Bar風ベーカリー展開計画, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://sakai-hiroshi.com/wp-content/uploads/2024/12/c1feaf167723fa9d4478bc9eb03e9cdb.pdf>

24. スイーツ感覚で楽しむパンが目白押し 甘いものが好きな女性に人気のパン屋さん(^) - 食べログ, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://tabelog.com/nagasaki/A4201/A420103/42004618/dtlrvwlst/B112249073/>

25. 97 MILK BAR NYC FLAGSHIP STORE | Mother's Industry(マザーズインダストリー)オフィシャルサイト, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://mothers-ind.com/topics/97-milk-bar-nyc-flagship-store/>

26. 紹介します！《佐賀・長崎・熊本》のパン屋さん。 | キナリノ, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://kinarino.jp/cat4/2360>

27. 【毎日パン日和】2024年、ここに行きました！エリア別特集～福岡市博多区～ - Yahoo! JAPAN, 1月 10, 2025にアクセス、

<https://article.yahoo.co.jp/detail/eb4269f10bcedc8ce1bd9cb6822a96fd60aae6b3>

28. 【ニューオープン】世界初の柔らか純正食パン！Espresson D Works 時津店 10/16(日), 1月 10, 2025にアクセス、

<https://www.nagasaki-press.com/gourmet/new-gourmet/gourmet-topics/post-156572/>