

“思い出を持ち帰るスイーツ”
という新提案



Created by





はじめに

かつて「記念日ケーキ」は、その日を彩る“喜びの象徴”でした。しかし、スマートフォンやSNSが普及した今、お客様は「写真で残す」だけでなく、「形として残す」体験を求めるようになってきました。特に、子どもを持つ世帯では「誕生日や記念日の思い出を家族で共有し、日常に残したい」というニーズが高まっています。

こうした背景の中、ケーキデコレーションに使われる“アクリル装飾”が注目されています。アクリルの透明感と高級感は、ケーキの魅力を高めるだけでなく、食べた後も飾ることができるため、“思い出を持ち帰るスイーツ”として新たな価値を生み出します。洋菓子店にとって、これは単なる装飾品ではなく、顧客とのつながりを長く保つための「ブランディングツール」と言えます。



目次

- 家族の会話を生む“残せるデコレーション”の力
- ケーキ店が伝えやすい！アクリルのセールスポイント
- “スイーツが思い出を生む”ブランディング効果
- アクリルがつくる、家族とブランドの絆

家族の会話を生む“残せるデコレーション”の力

アクリル装飾の最大の価値は、“ケーキを食べた後もデコレーションによる体験”を提供できることです。お子様が「この飾りかわいいね」「お部屋に飾りたい」と話す瞬間が、まさにブランドとの感情的接点になります。家庭でアクリル装飾を飾る行動そのものが、洋菓子店の記憶を日常に刻み、自然なリマインド効果を生み出します。

こうした体験は「販売後の接点」を生み出し、SNS投稿や口コミによって広がる二次的なPR効果も期待できます。“残せるデコレーション”は、顧客満足度の向上だけでなく、リピーター形成や来店動機の継続にも寄与する。単なる商品提供にとどまらず、「家族の思い出の一部になる」ことが、今後の洋菓子ブランディングの鍵となります。



ケーキ店が伝えやすい！ アクリルのセールスポイント

アクリル装飾は、ケーキ店が顧客に「伝えやすい利点」が多くあります。

透明感と光沢感

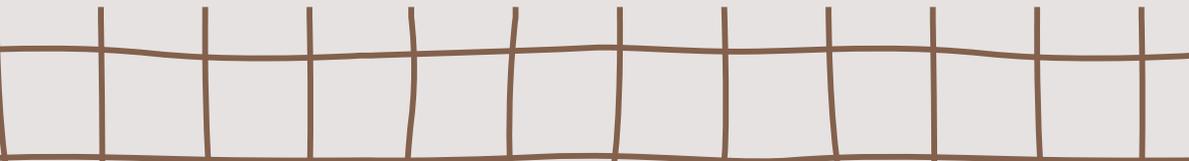
ショーケースの照明を美しく反射し、商品全体の高級感を引き上げます。
SNSでの写真映えも良く、若いママ層に刺さりやすい素材です。

安全性と耐久性

紙や木製ピックのように折れたり湿気に弱いことがなく、洗って再利用できるため、お子様にも安心して使えます。また、チョコレートやメレンゲ（砂糖菓子）と違って賞味期限がないので、破棄もありません。

再利用性◎

自宅で飾ったり、フォトスタンドや子どもの工作材料として“思い出アイテム”に転用可能。お客様にとって「かわいくて安全で、飾れる」。この一言が、販売トークとして非常に効果的です。

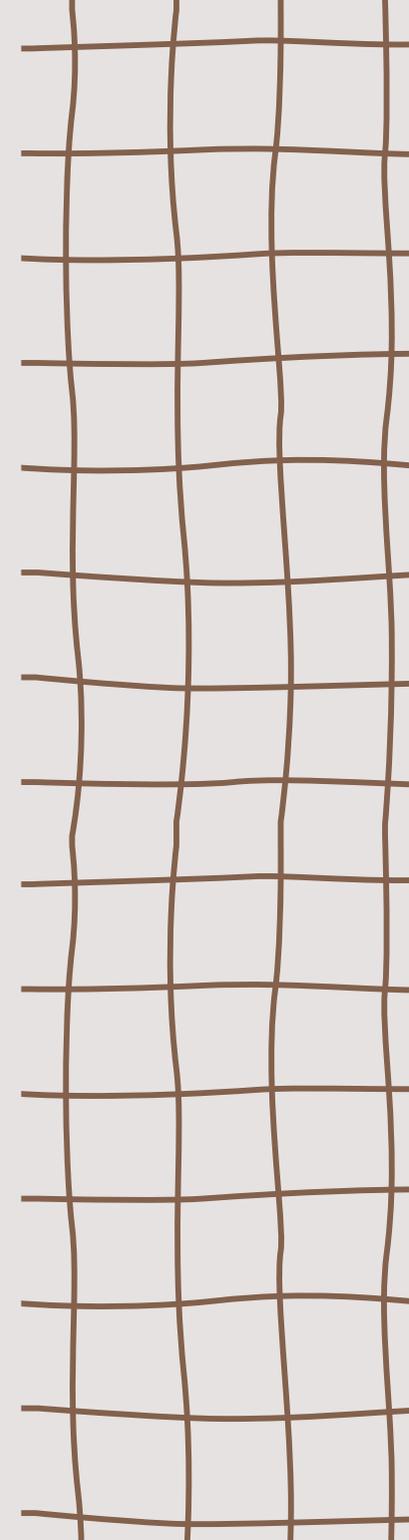


“スイーツが思い出を生む”ブランディング効果

アクリル装飾を導入することで、洋菓子店は“購入後も続くブランド体験”を提供できます。お客様が家で飾ることで、「あのケーキおいしかったね」「また頼もうか」と家族の中でブランドが再び話題になります。これは、チラシや広告にはない自然な再接触の仕組みです。

また、アクリルはSNSとの親和性が高く、家庭内で飾った写真が投稿されることで、口コミ拡散効果も得られます。

サステナブルやリユースの意識が高まる中、「かわいいだけじゃない」「エコで思い出に残る」アクリルやクラウンなど再利用できるデコレーションは、環境配慮と情緒価値を同時に表現できる素材です。洋菓子店にとって、それは単なる販促物ではなく、“お客様の記憶の中で生き続けるブランド資産”となります。





アクリルがつくる、家族とブランドの絆

アクリル装飾は、単なる装飾の枠を超え、“顧客との関係性を継続させる道具”としての価値を持ちます。食べて終わるスイーツから、「飾って残るスイーツ」へ。

その変化は、顧客満足度・リピート率・口コミ拡散という3つの成果を同時にもたらします。さらに、SDGsの観点からもリサイクル素材として評価され、社会的信頼性の向上にも寄与。洋菓子店がアクリルを導入することは、時代に合った“心と環境にやさしいブランドづくり”そのものです。

お客様が笑顔で「このお店のケーキは思い出になる」と言ってくれる。その瞬間を生み出す力こそが、アクリルの真価です。



Contact

メール、お電話、ホームページの
お問い合わせフォームより、
お問い合わせください。



cake@yuuki-k.co.jp



<https://yuuki-k.co.jp>



048-684-9081