

## 売上No1の商品に成長した石川ブランド認定・香り袋の 商品開発支援と販路開拓支援

### 支援の ポイント

- ① 企業、支援機関指導員、アドバイザーがチームとなって行う商品開発
- ② オリジナル商品開発による販路拡大と利益率の向上
- ③ 県や市のブランド認定を活用したブランド強化策
- ④ アドバイザーによる足で繋ぐ販路開拓と、中央会機能のフル活用

### 支援の経緯

支援企業は、「香りと地域の共生」をコンセプトに、香司の資格を持つ代表者とアロマセラピストの店長が創業したお香とアロマの専門店である。平成22年に、隣町から金沢の武家屋敷跡近くの「せせらぎ通り商店街」に移転した。この移転をきっかけに北國銀行との付き合いが始まり、同銀行が「石川県活性化ファンド」申請を助めて、申請支援を石川県中央会の担当次長・吉田指導員に打診したことが、同社支援のきっかけとなった。

同年9月、「香りの機能を付加した加賀友禅を用いたお守り」のテーマでファンドに採択された。中央会は加賀友禅の組合に布地提供企業探しを依頼するなど、その機能をフルに発揮、指江アドバイザー（当時は応援コーディネーター）と共に商品開発支援を行い、加賀友禅生地を使った香りお守り袋「香福袋」が開発された。指江アドバイザーは、石川県内有名神社・寺院やお土産店を紹介するなど、足を使った販路開拓支援を行った。同製品は、平成23年度 金沢ブランド優秀新製品を受賞し、中央会がスポンサーのラジオ番組出演を仕掛けたことなどがきっかけとなり、徐々に、ラジオ、新聞などマスメディアで紹介され、順調なスタートをきった。

しかし、「お守り」商品は購入機会に限られる上、加賀友禅を使用するため単価も高く、販売数は伸び悩んでいた。また、店で扱うメーカーのお香やアロマなどの仕入商品の利益率が低く経営を圧迫していた。そこで、価格が手頃で観光客が数量を購入できるような新商品開発が必要となり、再び、吉田指導員と指江アドバイザーによるペア支援が開始された。

### 支援のプロセス

新商品開発には、支援企業と中央会、指江アドバイザーがチームで取り組んだ。特に、吉田指導員はネーミング等商品コンセプトに意見・助言を述べ、製品開発の大きな力となった。当初は、和紙の使用を考えていたが、和紙に「におい成分」が染み出し、べとべとになってしまう。そこで、指江アドバイザーは工業試験所に相談、染み出さない紙へと変更することになった。この使用紙の変更により、プリントが容易になり、後のノベルティ用途開発へと繋がっていく。



企業、中央会指導員、アドバイザーがチームとなり開発した新商品「ぼち香」

指江アドバイザーは、オリジナル性にこだわり、経営者のビジョンや経営者と店長の強みを活かした商品開発を求めた。その結果、<財布や名刺入れ、バックに入る小さなサイズの“移り香”を楽しむ香り袋。観光客をターゲットに、お土産用に多数買い求めることができる低価格とし、金沢をイメージしたネーミングの5種類の香りを用意する。>という商品コンセプトの「ぼち香」が完成、平成24年1月1日に販売開始となった。

## ■地域ブランドを活用したブランド力強化戦略

商品開発後は、商品のブランド力強化が課題となる。石川県や金沢市の認定制度を活用することにし、指江アドバイザーは、申請書類やプレゼンテーションのアドバイスを行った。金沢という地域との共生を目指すビジョンを掲げる企業であるため、理解を得やすいと考えられたからである。

その結果、平成23年8月には「香福袋」が「金沢ブランド優秀新製品」を受賞、平成23年度 石川のお土産コンテストで「香福袋」含む3商品が「石川県優良観光土産品」に認定され、加えて「ぼち香」が「平成24年度 石川ブランド優秀新製品」を受賞するにつれて、ブランドの認知度は一気に高まった。

知名度が向上したことにより、金沢での販路も拡大している。現在は、金沢駅のお土産館「金沢百番館」で3店舗、兼六園で2店舗、東茶屋街で1店舗など、主要観光地で「ぼち香」を扱う店舗が増えている。これに自店舗販売やネット通販を合わせて、「ぼち香」は総売上上の3分の1を占める商品へと成長した。

指江アドバイザーは、支援開始時から、①オリジナル商品開発 ②開発商品の販路開拓 の二つを支援テーマにすることとしていたが、詳細な経営分析から、利益率の改善も課題であると考えていた。「香福袋」と今回の「ぼち香」の二つの主力商品により、仕入れ商品に頼っていた移転当初に比べて、利益率の改善は進んだ。本事例は、オリジナル商品開発が経営改善に有効なことを示している。



上:「せせらぎ通り商店街」の店舗  
下:(左から)代表者、指江アドバイザー、店長。

## フォローアップ活動

### ■ノベルティ用途への展開

前述したように、プリントが容易になったことで、「ぼち香」の袋そのものや台紙にロゴやメッセージなどを自由にデザインすることが可能となり、カスタマイズによるノベルティ用途への発展可能性が出てきた。ノベルティ販売であれば、まとまったロットで受注でき、売上増加にも大きく寄与する。また、代表者のPCスキルを活かしてデザインやプリントが内製化できるため、コストもかからず、利益率の更なる向上が図れる。

現在、指江アドバイザーと吉田指導員の支援のポイントは、ノベルティ顧客の開拓へと移っている。指江アドバイザーは、自動車販売会社や学習塾、保険会社などへ商談を持ちかけている。業界や団体などへの働きかけは中央会の得意とするところでもあり、吉田指導員も積極的に支援する方針である。また、北國銀行も支店でテストマーケティング発注をするなど側面支援をしてくれている。

先頃これらの働きかけにより、塾経営者の集まりで「ぼち香」のノベルティのプレゼンを行う機会を得られた。プレゼンテーション資料は代表者が作成し、指江アドバイザーは構成やプレゼンテーションの仕方の助言を行った。指江アドバイザーとしては、きっかけ作りと助言を通して支援するつもりである。

## OJTについて

吉田指導員は経験豊富なベテランであり、経営課題抽出や整理、支援計画作成など基本的な点に関するOJTの必要性はあまり無い。しかし、今回の支援案件は、商品開発やマーケティング、販路開拓などの営業展開であり、吉田指導員の経験の薄い分野であった。大手消費財メーカーで東京のトップセールスマンであった指江アドバイザーのノウハウを学ぶのに絶好の機会である。

そこで、二人で事前協議の結果、今回のOJTテーマを「販路開拓によるプレゼンテーションツールの作成」と定めた。同行訪問をするだけでなく、指江アドバイザーより商品活用の提案書やPOP提案書などを提供してもらい、参考とすることを続けた。その結果、具体的なノウハウが学べたとのことである。吉田指導員は、「中央会指導員は、商品売り込みなどのノウハウが無い。今回の経験で、組合グループの商品開発やブランディング、販路開拓に活かせる知識を得られた。今後、組合支援に活かしていけると感じている。」とOJTの意義を感じている。