

問屋目線の商売から一般消費者目線の商売へ

食品卸A社

(福島県)

当社は創業50年余年の老舗食品卸であり、真面目に丁寧に作られる製品は県民のみならず全国各地で広く支持されている。

近年の消費者の嗜好変化に対応すべく新たに立ち上げた小売店は、特定の食品専門店として斬新な材料をアレンジした商品を直営店舗にて販売している。

1. 相談のきっかけ

専門店オープン時の物珍しさによる需要が一巡し、売上が頭打ちに。売上拡大と販売強化について福島商工会議所に相談したところ、総合的で長期的な支援が必要な案件だと判断した会議所がよろず支援拠点へ取り次いだもの。

2. 課題整理・分析

卸として長年、問屋向けに決められた仕様の商品を卸してきたことから、品質が高く独自性のある自社製品を一般消費者向けにアピールする機会がなく、アピールポイントやアピールの仕方の認識がやや弱かった。

3. 解決策の提案

商品の良さを積極的に消費者にアピールするために、よろず支援拠点では一体的総合型支援を行った。その結果、アドバイスを真摯に受け止めた経営者の意識改革が進み、各種施策を迅速に実行する運びとなった。



4. 成果

<店舗政策>

- ・従来は高級な感じがするが何屋さんか分からず、敷居が高そうなイメージがあったことから、新たに一番人気の商品の写真をのせて、何の専門店かわかるように強調した看板を設置した。
- ・店内レイアウトについては商品カゴを入り口近くに再配置したほか、休憩椅子の配置を工夫し、客動線を長くとったことで、買い物しやすく、目的商品以外にも目が向くような店内体制となった。
- ・遊休化していたコーナーについては、新たに地元有名店とのコラボにより、新商品の提供を開始した。

<販売促進政策>

- ・社会貢献活動の一環として、敬老の日には老人保健施設の入所者に向けたお祝い品の提供を行った。
- ・敬老の日から秋の彼岸に続く時期を、リニューアル記念イベント期間とし、地元有名店とのコラボレーションや、新商品の発売、レシピ・コンテストの開催を企画した。
- ・上記の敬老の日イベントから始まる一連のイベントについては、よろず支援拠点がプレスリリースを行い、地元新聞に掲載された。
- ・一連の施策の結果、前年同期比大幅な売り上げ増加となっている。