

# 地元のニーズを捉え、予約販売の導入で売上アップ！

有限会社山喜屋 (新潟県)

創業80有余年、先代から続く和菓子と三代目が新たにつくるお菓子が人気の老舗菓子店。

## 1. 相談のきっかけ

実施機関である(公財)にいがた産業創造機構(NICO)と当拠点では、連携して県内各地で出張相談会(NICOカフェ)を開催している。

売上減少に悩む三代目店主が魚沼市で開催されたNICOカフェに来訪。売上拡大に向けて、小規模事業者持続化補助金の採択を受け、HPとリーフレットを作成することになり、その具体的な進め方が最初の相談である。

## 2. 課題整理・分析

HPやfacebookの活用をはじめ、NICOの事業を活用して関東や関西に出荷できないかなど、店主は外(県外や新規客)に注目している状態であった。

しかし、地元の若い世帯を中心にクリスマスケーキの予約が堅調であることや、シュークリームやプリンといった洋生菓子に人気があることがわかり、売上アップの可能性は地元にあると判断した。

また、県外に販売していくには話題づくりのために地元の特産物を活用した新商品開発も有効であった。

## 3. 解決策の提案

洋生菓子に人気があるのは店主も認識しているものの、売れ残りによるロスを心配し、年末年始やお盆、お彼岸といった繁忙期のみ販売していた。そこで、シュークリームを毎月1~2回、日にちを決めて予約販売することを提案。告知については魚沼市の講座で効果的なポスターの描き方を習得してもらった。

また、観光客や県外向けの新商品として、地元特産物を活用すべく、地元である魚沼市役所と情報交換を密にすることを助言した。

## 4. 成果

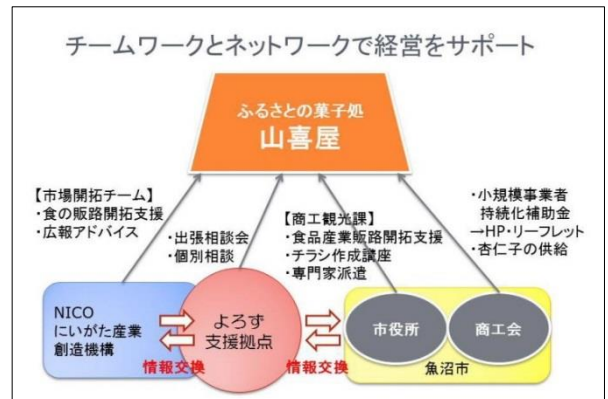
- (1)平成28年1月から始めたシュークリームの予約販売は、1月78個、2月60個(+別注35個)、3月は100個の受注と、順調に推移している。
- (2)シュークリームの予約販売を見たお客さまから、指定の日にシュークリームをつくって欲しいと35個の受注があった。これに対し、「数量がまとまれば、ご希望の日にシュークリームをおつくりします」という売り方ができることに店主が気づき、積極的にPRする展開にもつながった。
- (3)次はプリンを定期的に販売することとなり、味のバリエーションを出すため、魚沼市の専門家派遣を活用し、食品加工の専門家に助言を受けながら販売準備を進めている。
- (4)当初のNICOカフェ開催時から地元である魚沼市役所と情報交換し、新商品開発に地元特産の山菜「杏仁子(あんじんご)」を活用することが決定。現在、前述の専門家の助言を受けて開発中であり、近い将来、新たな特産品によりさらに売上拡大し、地域活性化につながることも期待される。



<予約販売の告知POP>



<シュークリーム>



<事業者と各支援機関の関わり方>