

# 「寒ブリだけじゃない！」氷見特産物のブランドアピールで売上拡大

氷見海産物株式会社(富山県)

富山県内で水揚げされた魚介類の干物、珍味の販売を行う事業者。

## 1. 相談のきっかけ

・富山県及び氷見の漁業資源は全国的にも知名度が高い。しかしながら、魚介類の消費は年々減少しており、漁業関連業者も減少している。当社は2012年に閉館した道の駅「海鮮館」から現在の「番屋街」の中に移転したが、来館者の頭打ちに加えて、館内の同業者が3軒から6軒に増加したために価格競争にさらされていた。

・そうした中、地元信金からの紹介により売上拡大に向け当拠点への来訪相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

・相談者の強みは、氷見市内でも指折りの熟練職人の手による商品であることに加え、同業者とは異なる商品の大きさと、品数の多さにあると判断した。

・しかしながら、品数の多さから、現状の店舗レイアウトでは時間に余裕のない来店者には何がどこに置いてあるのかが伝わりにくい状況である。

・また、DMやロゴ、パッケージ、HP、チラシ等を必要な都度作成してきたために、統一性が無く、当社の強みが顧客に伝わらず、リピーター化が進んでいないことから、広報戦略に課題があると判断した。

## 3. 解決策の提案

相談者と意見交換し、強みを活かした売上拡大に向け、以下の提案を盛り込んだ支援計画書を作成して、取り組んでいくことにした。

- ・ブランディング戦略  
コンセプト、ターゲット、目標を明確にする。
- ・店舗レイアウトの変更  
顧客との最初の接点である店舗レイアウトを変更することで、来店数を増やす。その際には拠点を通じた専門家派遣を活用する。
- ・デザイン開発等  
キャッチコピーやDM、ロゴ、パッケージデザイン等を変更する。また作成した計画をもって助成金制度を活用することもあわせて提案した。

## 4. 成果

・数回の相談対応の結果、当社のブランディング戦略の骨格が完成。その計画を元に(公財)富山県新世紀産業機構の「クリエイティブ産業振興事業助成金」に応募し、11月18日に採択された。この助成金を活用しながら、ブランド化を目指してデザイン開発を行うべく、県内のデザイン会社との打ち合わせを進めており、統一的なブランド完成が現実のものとして見え始めている。

・専門家派遣制度を活用して店舗レイアウトを変更した結果、前年同月比で20数%の売上増加につながっている。ブランド化を進めることによって、さらに強力な顧客訴求が可能なものと見込まれる。



漠然と商品が並べられており、店員の説明がないとどこに何が置いてあるのかわかりづらい。  
入口も狭く入り辛い。



氷見の特産として名の上がるノドグロやブリを二大看板として差別化をはかる等、見やすく工夫し、入口も広くスペースを確保。  
また、旬の商品、ギフト商品、箱詰め珍味など場所ごとに集約させた。

### <相談者の声>

今まで漠然としていた当社の強みが明確になり、今後の取り組みの道しるべが出来上がった。また、今回、費用を掛けずに店舗レイアウトを変更しただけで売り上げが増加し、これからのブランド化の活動が楽しみになっている。