

地域の環境変化に対応した商品開発と販路開拓支援

会社名 有限会社たお（山口県）

昭和23年に創業し、惣菜食品の仕出しや食堂を営む事業者。地元食材にこだわった、安心・安全・身体に優しい料理を提供する、昔懐かしい食堂を目指している。

1. 相談のきっかけ

地域の人口減少、顧客ニーズの変化といった経営環境の変化により、売上が減少し、資金繰りが悪化。

事業者は経営改善支援センターに相談したところ、当拠点の紹介を受けたために来訪し相談に至った。

2. 課題整理・分析

経営環境変化に対応する必要があったため、下記のとおり課題を整理した。

- ①顧客ニーズの分析とターゲットの再検討。
- ②ニーズにマッチした新商品の開発と新商品ブランドの認知度向上。
- ③新規販路開拓に向け、情報発信方法の工夫や強化など新たな顧客訴求方法の確立。

3. 解決策の提案

①課題が多岐にわたるため、商品開発等の専門家や他のIT関係に詳しいScoとチームを組んで支援するよう、まずは関係者と拠点で合意形成。

②そのうえで、以下事項について、編成したチームで提案・助言。

・検討の結果、地元食材にこだわった美味しさと、独自性を生かした商品に顧客ニーズがあると考えられたため、新商品開発（巻き寿司）とブランディングをすること。

・新商品の新たな販売チャネルの開拓。特に「道の駅 北浦街道豊北」は多くの自動車メーカーのCMにも使用された「角島大橋」が近くにあり知名度も高く、位置的にも多くの観光客も訪れる販売力の高い地域でもあるため、新たな販路先として提案。

・幅広い情報発信のために、新規ホームページを作成し、検索エンジンのSEO対策を実施するよう提案。また、ホームページとfacebookをリンクさせ情報発信を実施することも提案。

4. 成果

専門家等とチームを組んで助言を進めた結果、以下のような結果となった。

①新商品である巻き寿司の商品化に成功

道の駅北浦街道豊北を主要販売チャネルとして、古来より伝わる川棚の青竜伝説をモチーフとし、県内産の米と当社自慢の卵焼きを使用し、伝統として守り続けてきた味にこだわった新商品「豊北道の駅名物太巻き寿司（売価500円/本）」の開発に成功。

②道の駅 北浦街道豊北への販路開拓が実現し、名物としても認識

新規の販売先である道の駅北浦街道豊北でブログでも紹介されており、祝祭日には一日に100本以上を売上げるなど、年間1000万円の売上を見込める名物商品となった。

③新しい商品の開発と新しい販売先が確保できた結果、売上回復につながった。また、ホームページの製作とSNSの活用を実現化した結果、仕出し部門で飛躍的に受注が増加している。

※今後の展望として...新商品開発には成功したものの、安定的な生産体制の確保・増強が課題であり、引き続き拠点での支援の継続が予定されている。



豊北道の駅名物太巻き寿司