

水産加工会社における自社商品を活用し飲食事業へ進出

株式会社 水永水産(宮崎県)

昭和24年4月に水産加工販売を開始。昭和45年4月にちりめん加工開始。平成9年6月に株式会社水永水産に組織変更を行う。現在、門川町に直売所を1店舗、新富町内1店舗、宮崎市内に2店舗出店している。平成20年11月に農林水産大臣賞受賞。

1. 相談のきっかけ

ちりめんや干物などの自社製品を使った新事業展開としてレストラン事業への進出を検討していたところ、門川町の広報誌に掲載された宮崎県よろず支援拠点に関する情報を見て、来訪した。

2. 課題整理・分析

新事業展開を検討していた矢先、「高鍋温泉めいりんの湯(高鍋町)」の中にあるレストランが空室となりテナント募集していることを知り、急ぎよ開業することになったが、以下の課題が山積していた。

- ・飲食事業経営のノウハウ習得対策
- ・飲食メニュー設定と併設する物産コーナーのPR対策
- ・効果的なPR集客対策

3. 解決策の提案

スタートアップ時の負担軽減策として高鍋町の助成制度の利用を提案するとともに、以下の助言を行い、実行した。

- ・飲食業経営のノウハウ習得のため、当拠点からのアドバイスとよろず支援拠点を通じた専門家の派遣等によって対応した。
- ・食事メニューの中に必ず自社製品(加工品)を入れ、気に入った方が物産販売コーナーで購入できる仕掛けにすること及び物産販売コーナーのPRした。
- ・開業セレモニー前にマスコミ向けの記者会見の実施。フェイスブックでメニューや物産品の紹介した。

4. 成果

平成27年4月21日、「高鍋温泉めいりんの湯(高鍋町)」にレストランをオープン。なお、屋号は、本企業の初代社長が、四国高松県出身のため「讃岐屋」と命名した。そして、よろず支援拠点が提案をした様々な策を打った結果、オープン後の売上は、当初の事業計画の約1.5倍と順調な滑り出しとなった。なお、休止状態のレストランを再開したことで温泉施設の賑わいが戻り、物産コーナーの売上高は前年同月比の約1.7倍、温泉施設利用者も大幅に増加。本企業はこのビジネスモデルを県内に存在する同様の施設への多店舗展開を検討中。

<讃岐屋の開店により本企業及び地域に以下の効果があった>

- 1 休眠していたレストランを再開することで温泉施設に賑わいが復活。
- 2 地元雇用の場として従業員を新規採用。
- 3 自社製品の直売・テストマーケティングとしての場を確保。フェイスブック等の無料SNSを最大限活用した結果、PR効果を確認。
- 4 自社製品のイメージアップに繋がり固定客の獲得に貢献。

売れ筋NO.1「釜揚げしらす丼定食」

物産コーナー:本企業加工品



讃岐屋店長 黒木 将人

