

お客様への見せ方の精度の意識を変え、制作する販促物を一新！

えひめシーフードサービス株式会社(愛媛県)

大正4年に帆打瀬網漁業で創業。沖合底曳網漁業、鮮魚販売、加工販売業の各事業を経て法人化に至る。法人化5年目の現在、水産・農産物の買付、販売業および加工品製造販売を営む。

1. 相談のきっかけ

相談者は、活魚の仲買、カット加工品をCAS冷凍で鮮度を保ち市場の需要供給バランスを判断し、関西・関東市場に流通させている。今後、首都圏への販路拡大を考えており、取扱品目を増やすことを検討、レトルト加工食品の開発を希望し、当拠点の提携先信用金庫からの紹介で相談に至った。

2. 課題整理・分析

- ・首都圏への販路拡大に向けては、その地でのライフスタイルにあわせた食材・メニューとする必要があった。当拠点と議論する中で、首都圏の女性目線を取り入れた商品の見せ方は現段階でも可能と判断したが、加工品開発の前に、まずは販促に使われる印刷物やギフトカタログの品質精度の向上に取り組むことが課題であった。
- ・社内で印刷物を作れるITスキルを有し、印刷物を構成するためのノウハウを補完できれば、精度が向上すると考えられた。ただし、印刷物をインクジェットプリンターで印刷しており、色の精度が低く、食品であるが美味しそうに見えないという欠点もあった。

3. 解決策の提案

- ・東京のライフスタイルを取り入れるため、当拠点を通じた専門家派遣を利用して東京在住(愛媛出身)の女性フードコーディネーターを紹介。レイアウトと配色、写真に対しての意識を変えるよう助言。お客様に喜ばれる冬のギフトカタログ作成も提案。
- ・また、当初のカタログはBtoBの納品形態を伝えるだけであったため、BtoCの視点として「お客様がギフト商品で望むことは、包装資材に入った状態が知りたいわけではなく、届いたものをどのように食べれば美味しいのか、どのようなシーンで食べるのかである」とシーン訴求をすることの重要性も説明した。そこでは自社の商品をいかに魅せるか、についても助言した。

4. 成果

- ・社長に当拠点主催の「撮影の実践」セミナーに参加いただき、撮影スタイリング、食シーンづくり、被写体の美味しさ感を伝えるポイントを学んで頂いた。
- ・社長自ら意欲的に冬のギフトカタログづくりにも取り組み、女性目線を探り入れながら、商品構成、キャッチコピー、食シーンのこだわり、を盛り込んだ販促物を完成させた。また印刷をプロである印刷会社に依頼し精度を上げた。
- ・その結果、昨年より2週間程仕上がりが遅れたものの売上は同等、カタログ配布先から印象が良くなったと声が挙がった。以降も展示会の販促物の見せ方が向上し、引き合いが増え続けている。



<撮影セミナーの参加>



<冬のギフトカタログ完成>



<展示会で引き合い増加>