

強みと利益の“見える化”による販路拡大支援

コンミ工房

(福岡県)

食品加工業。主力商品は、手作りキムチと2014年7月に販売開始したトマトキムチ。韓国語で健康はコンガン、美はミオン。その頭文字を合わせてコンミ工房という。

1. 相談のきっかけ



- ・フクオカベンチャーマーケット協会の紹介により来所。
- ・新商品のトマトキムチを多くの人に広めたい。
- ・販売店によって売上にばらつきがある。どこに卸すか経営判断をしたい。

2. 課題整理・分析

- ・新商品のトマトキムチは、商品名やパッケージを見ても、用途や味が想像しづらく購買につながりにくいと判断。
- ・既存顧客の声を分析した結果、単品で楽しむより、いつもの料理の味をランクアップさせる万能調味料として支持されていることが分かった。
- ・販売先の選定には、売上だけでなく、限界利益や原価率も合わせて考える必要がある。

3. 解決策の提案

- ・商品の活用例やこだわりの伝わるパッケージへ見直し中。同時に、すぐできるPOP作成やイベントでの料理提案付き試食販売等をアドバイス。
- ・利益の見える化を提案。仕入れ値の変動に合わせて原価率や損益分岐点価格の試算ができるエクセルシートを作成し、提供した。
- ・原価率の改善を提案。現在、農商工連携アドバイザーと協働し仕入れ先検討中。



4. 成果

- ・上記の分析・提案を踏まえ、以下の行動を実践
- (1) イベント・店頭において、料理提案付きの試食販売を実施。コピー「天使のひと匙」で、いつもの料理がレストランの味！」
- (2) 試算シートを用い、販売先を広げるかどうかの試算を実施。
- (3) トマトの数を減らして価格を下げた、お試し用商品を発売。

- ・行動の結果、以下のような成果につながっている
- (1) イベントで出会った人から新規商品取り扱いのオファーがあり、販路拡大の可能性につながった。
- (2) 試算を参考に、新しい販売先への出品と工房移転を決定。
- (3) イベントでも完売し、他の人へ配るためのまとめ買いもされている。



料理提案の例

トマトキムチ冷製パスタ
生クリーム仕立て

<相談者の声>

「客観的なアドバイスが聞けて良かった。たとえば、原価率も数字でズバッと見せてもらい、よい勉強になった。パッケージや売り方についても率直な意見がもらえてよかった。今後もさらに売上拡大のためのアドバイスをいただきたい。」