

# 相談者が持っていなかった視野・視点の提供による経営改善支援

株式会社 匠家

(福岡県)

居酒屋『鶏家』の経営、食品(もつ鍋セット等)の製造・販売

## 1. 相談のきっかけ

- 福岡県中小企業振興センター主催のセミナーで、よらず支援拠点を紹介されたことがきっかけで来訪。  
(平成26年9月末時点で5回)
- 4年前に再開発に伴い店舗を移転。大幅な売上減少に対し、食品の製造・販売を始めるなど、対策を打ち続けてきたが、もう一段の売上拡大を図りたいという要望。

## 2. 課題整理・分析

- 食品の製造・販売の売上は堅調。しかし人気商品の利益率が低いこと、増産の見込みが立たないことから経営改善に繋がっていない。
- 『博多カリカリ鶏皮』は月によっては最大製造能力の2倍以上の引き合いがくるが、生産者の構造的な要因で原材料の調達を増やせる見込みが立たない。
- 取引先の要望(注引量)に応えられない状況が続けば製造・販売の中止も検討中。

## 3. 解決策の提案

### 【現状を捉える視点の変更】

- 人気商品の有効活用
- 『博多カリカリ鶏皮』の人気を売上拡大と経営改善、広告宣伝に活用していく。

### 【新しい視野の提供】

- ブランディングの見直し
- 店舗名と食品の製造・販売の屋号『鶏家』と、会社名の『匠家』が異なるため、ブランディングの見直しが必要。



## 4. 成果

・現在、取組み中であるが、少なくとも下記の成果が得られている。

### ■『博多カリカリ鶏皮』を目玉としたパッケージ商品開発

➢お歳暮商戦への投入を目指し、『博多カリカリ鶏皮』と、同社のその他商品(もつ鍋などの鍋セット、鶏肉や豚肉を用いた各種“おつまみ”)を組み合わせたパッケージ商品を開発中。

➢売上拡大(単価アップ)と収益改善(利益率向上)の両方を狙う。

➢広告宣伝効果も意識する。例えばセット商品の組合せテーマを「相性の良いお酒別にする」、「旬や季節毎に変更する」といった工夫をして、その他の商品の魅力も伝わり易いようにする。

⇒相談者は、同商品の製造・販売の中止も検討していたことを考えると、大きな前進。

### ■ブランディング面での検討

➢ブランド名統一の検討

鶏家

鶏家オンラインショップ

・居酒屋『鶏家』は移転先の住民にも認知されてきており、ネット直販のサイト名にも利用している。しかし、同店は鶏以外にも豚や牛を使った料理も幅広く提供しており、顧客の誤解や混乱もある。

・鶏家では全国に同一名の組織が多く、商標登録の面でも苦戦が予想される。

⇒社名の『匠家』にブランドを統一、展開していく方向で検討中。

