

農作物ブランド化による販路開拓支援事例

有限会社飯田青果 (長崎県)

創業30年ジャガイモ・玉ねぎの生産販売及び農産物卸業

1. 相談のきっかけ

- ・創業以来、順調に業績を伸ばしてきたが、近年のジャガイモ価格の下落、今後の人口減少による市場縮小等により、既存手法での経営に関し、危機感を抱いている。
- ・出来れば、出荷量の拡大ではなく、高利益化を目指したい。

2. 課題整理・分析

- ・創業以来、卸売市場への出荷がほとんどであったこともあり、同業者競争、産地間競争が激化している。
- ・そうした状況にありながら、商品や産地としての差別化・ブランド化がほとんど出来ておらず、商品の差別化が機能していない。
- ・今後は、出荷数の拡大路線ではなく、より利益率の高い、高付加価値商品展開へシフトする必要がある。

3. 解決策の提案

- ・全国的にもジャガイモや玉ねぎの栽培に適した、とても特長ある産地という強みがある。
- ・その点を前面に訴求する販売促進方法により、利益率の高いスーパー等への直接販路の開拓を目指し、展開することを提案。
- ・ブランド化の推進や直販ルート開拓についてアドバイスを実施した。



4. 成果



・ターゲットである主婦への効果的な訴求方法として、自社畑へ来る「アマサギ」をロゴに用い、鳥がたくさんやって来る安心な農園というブランド展開を提案。

・利益率の高い、スーパー等への直販ルート開拓を目指し、バイヤーとの商談へ向けたリーフレット、販促物等の制作を実施。

・大手スーパーマーケットとの商談会では、上記提案物での提案で好感触を得る。現在、仕入れ価格・ロット等の交渉まで進行中。

創業以来、卸売販路での出荷が主であったが、本支援をきっかけとして、店舗直販ルートの開拓を今後拡大し、高利益経営を目指し共に取り組む。

