

平成28年度専門家派遣事例

支援課題：農商工等連携

平成29年2月

目次

都道府県	支援元機関名		ページ
	企業名	支援テーマ	
愛知県	しんきん愛知プラットフォーム / 西尾信用金庫		1
	農事組合法人 レインボー	新商品「バラジャム」のブランディング構築支援	
福井県	ふくい中小企業支援プラットフォーム / 公益財団法人 ふくい産業支援センター		2
	株式会社 キヨカワ	新製品のコンセプト設定及び販路開拓の支援	

支援体制

専門家

瀧口 力 氏

支援

地域
P F

しんきん愛知プラットフォーム

機関
構成

西尾信用金庫

相談

企業

農事組合法人 レインボー

業種：農業、林業
従業員：9人
資本金：4,500万円
創業：平成14年
住所：愛知県西尾市細池町東堤132
企業概要：バラ栽培・販売

支援概要

支援の経緯

本企業は、愛知県西尾市近郊のバラ栽培農家が平成14年に立ち上げた農事組合法人である。バラの需要は季節による変動が大きく、年間を通じた需要の平準化が課題であった。そこで本企業は年間を通して需要のあるジャムに着目し、バラを使用した「バラジャム」を開発のうえ営業を重ねたところ、営業先からジャムを梱包する化粧箱までを含めたオリジナル商品の提供を求められた。そこで化粧箱に印字するパッケージデザインについて当機関に相談があった。

派遣元機関による経営課題の特定とアプローチ

「バラジャム」は開発当初より当機関が支援を続けてきたが、今後の販路拡大まで考慮すると、パッケージデザインのみならず、「バラジャム」の商品ブランドを確立することが必要であると考えた。そこで商品のデザインやマーケティング等に精通し、ブランディング支援の経験と実績が豊富な本専門家に依頼した。

専門家による具体的な支援内容

はじめに、商品コンセプトやターゲット市場があいまいで特定されていなかったことから、まず市場調査を進めることを提案した。特に、「誰に対して、どの様なシーンで、どの様に使用されるのか」について商品ストーリーを構築することがブランド確立のために重要であるとアドバイスした。市場調査の結果、菓子としてのジャムの他に、紅茶などに入れて使用する高級志向の需要があったことから、菓子店などの企業向けと高級志向の個人顧客向けの2路線で展開していくことを決めた。高級志向の個人顧客に対しては贈呈品や食卓を飾る嗜好品として高級感のあるパッケージデザインにするよう助言し、化粧箱に印字するバラのデザインを決定した。さらに、販売促進ツールとしてパンフレットの作成を支援した。



作成したバラのデザイン

成果

支援を通じ、商品のコンセプトが確立し、ターゲット市場も明確になったとともに、コンセプトやターゲット層にマッチしたバラのデザインが決定した。さらに、販売促進ツールのパンフレットが完成したことで、営業活動に効果的に利用できている。現在、徐々に成果が表れてきており、大手結婚式場や有名ホテルで「バラジャム」が採用された。さらに大手百貨店でプレゼンも予定しており、今後の販路拡大が見込まれる。

外装パッケージ



専門家の声

氏名：瀧口 力
保有資格：
専門分野：ブランディング支援
専門家の声：支援を実施する際、支援先の新商品に対する熱い想いを尊重したアドバイスに心掛けた。私も本支援は、当地域の地場産業である施設園芸農家の課題解決につながるとの使命を強く感じた支援でした。



事業者の声

瀧口先生を紹介してもらい、当法人の新商品のイメージにふさわしいデザインをアドバイスしていただいたことに感謝しております。
我々は元々バラ栽培農家であり、新商品の開発や販売に関しては全くの素人であり、どのように新商品を市場に浸透させていくのかわからず不安でした。しかし、先生のアドバイスにより自信を持って営業活動に取り組むことができました。

専門家プロフィールURL (プロフィールをご覧いただくにはミラサポへのログインが必要です。)

<https://specialist.mirasapo.jp/consul/pro/0031000000fsLuCAAU>

支援体制

専門家

清水 克彦 氏

支援

企業

株式会社 キヨカワ

支援依頼

地域

ふくい中小企業支援プラットフォーム

相談

機関

公益財団法人
ふくい産業支援センター

業種: 製造業
従業員: 23人
資本金: 1000万円
創業: 昭和59年12月26日
住所: 福井市和田中1-414
企業概要: 植物工場でハーブ栽培、製品販売

支援概要

支援の経緯

本企業は創業後、親会社の下請業務を中心に展開してきたが、ここ数年は新規事業の立ち上げが必要と判断し、数年前より養液の分析技術を活用した植物の水耕栽培事業も運営している。バジルを中心としたハーブ植物工場を設置し、2年間の試験の末、生産体制を確立した。一般に、乾燥バジルは海外輸入品が多く、種子や茎が混じったものが販売されているが、本企業で生産販売しているのは葉部分のみであり、海外輸入品に比べ食感が良く、生菌数も圧倒的に少ないという特徴がある。今後は、飲食店などの業務用のみではなく、スーパーなどの小売店へも販売していこうと考えていたことから、バジルの新製品開発や販路開拓について当機関に相談があった。

派遣元機関による経営課題の特定とアプローチ

当機関でヒアリングしたところ、製造しているハーブは生鮮食品であることから、生産しても販売までに腐食してしまう可能性が高く、販売可能期間が短いことがわかった。そのため、生産計画及び販売計画の立案が難しいと判断した。ゆえに生ハーブのみならず、乾燥させたパウダー製品の開発や、無菌製品といった同社の強みを訴求できる新規顧客及び新規市場の開拓課題と判断した。しかし、当該課題を解決できる指導員が当機関にいなかったため、国内外の食品事業に熟知した本専門家を派遣することで課題の解決にあたった。

専門家による具体的な支援内容

本専門家は、本企業のハーブの強みは無菌に近い衛生面であると考え、大手食品メーカーが安価な海外製品を輸入加工販売している首都圏で、本製品の需要度は高いと考えた。とりわけ「日本産は高品質である」と評価してもらえる可能性のある水産物卸売業や食品問屋等、高級ホテル内レストランを納入先と設定した。また、より高い利益率確保のため、塩と乾燥ハーブを混ぜた「塩ハーブ」やトマトを使った「トマト塩ハーブ」の試作品開発もするよう指導。商談時には生ハーブ、乾燥ハーブ、ハーブ塩などの試作品に合うメニューを複数提案できるようにした。「日本製」「無菌」といったPRポイントを押さえた資料の作成なども指導支援し、当日の商談同行含めターゲット企業への納入確度を向上させる支援を行った。

成果

首都圏の高級ホテルのレストラン、最大手の食品物流企業の高級食材部門及び築地市場の大手荷受け企業等を訪問し製品を紹介し、納入が決定した。さらに、塩ハーブやトマト塩ハーブといった試作品を顧客の要望に合わせることで可能となった新メニュー開発も決定しており、今後は更なる販売量拡大が見込まれると同時に、ハーブ生産量に対する利益率の向上が見込まれる。今回の支援により、製品コンセプトを設定し、質を担保した。首都圏市場で展開した取引先の顧客には外国人も多数存在し、首都圏同様、安価な海外製品が流通している欧米市場やアジア富裕層市場へも日本産高級ハーブ製品としての輸出拡販の可能性も高く、今後も更なる販路拡大、利益拡大が見込まれる。



完成したハーブ製品

専門家の声

氏名: 清水 克彦
保有資格: 日本経営品質賞セルフアセッサ
専門分野: 食品製造・販売、販促支援
専門家の声: 支援を受ける本企業の安全な地元特産(Made in Fukui)という理念と雇用の拡大という信念を大切に無駄、斑、無理のない新製品開発・販路開拓の支援を実施させていただきました。



事業者の声

専門家の支援により、自社ハーブ製品の特性が強みを、自己満足の域で捉えており、顧客・市場に発信、認知できていなかったことを実感致しました。また、トマトや塩を使った料理開発の重要性もわかりました。今後は、日本市場、東南アジア、当社ハーブ製品を広めていける可能性があること、大変うれしく思っております。今後も、井の中の蛙とならぬように、製品開発、市場発掘に努力・邁進させていただきます。

専門家プロフィールURL (プロフィールをご覧いただくにはミラサポへのログインが必要です。)

<https://specialist.mirasapo.jp/consul/pro/0035F0000t3VYUQAM>