



販路開拓

福井県よろず支援拠点

企業名	株式会社内藤		
代表者	内藤康	所在地	小浜市
業種	塗箸製造	事業内容	若狭塗箸の製造販売

オリジナルグッズの提案による吉野家との取引開拓

現状	2017年に小浜信用金庫の紹介で内藤社長がよろず支援拠点に相談に来られた。下請企業で利益率が悪化しているとのことで、下請けから脱却して自立した経営につなげる販路開拓についての議論を行った。問屋から受注して製造しているため、問屋を飛び越えて直接消費者へ販売するのは難しいが、例えば大手の外食チェーン店などの直接取引なら問題ないだろうとのことであった。
----	--

分析提案	大手牛丼チェーンの吉野家にターゲットを絞って商品企画とアプローチ先の探索を行った。調査してみると吉野家は過去に丼のプレゼント企画を行い、大人気だったことやInstagramで吉野家を検索すると数十万という画像がヒットすることから、日本全国に多数の吉野家マニアがいることが分かった。そこで、どうしたら吉野家が若狭塗箸に興味を示してもらえるか、吉野家マニアが喜ぶ箸はどのようなものか、吉野家として取り組むメリットは何か、などを議論した。そして最初の相談から2年が過ぎた2018年11月によやく吉野家の外販事業本部との商談にこぎつけ、2019年4月に吉野家オリジナルの若狭塗り箸を納品した。
------	--



吉野家オリジナル箸



内藤社長

成果	父の日、母の日ギフトとして冷凍牛丼とのセット販売を行ってもらったところ、オリジナルデザインの丼とのセット品は発表から2週間ほどで完売し、通常の丼とのセット品も6月初旬には完売した。吉野家側もこれまでの父の日企画ではあり得ない好調な売れ行きであったと言っている。これ以外に吉野家コラボ第2弾、第3弾の企画が決定している。
----	---

支援コーディネーター



藤田順一

企業名	有限会社中西昆布		
代表者	中西伸治	所在地	福井市
業種	小売業	事業内容	昆布加工販売業

入門用だしセットを核とした新たな需要の開拓

現状	昭和7年に初代が京都での修行を経て福井市内に創業した。相談者はその三代目。近年、食生活の洋風化や核家族化が進み、消費者の昆布離れが加速しており、相談者は、マーケット縮小に大きな不安を抱いていた。そんな折、取引のある金融機関の支店長からよろず支援拠点を紹介され、来訪した。「今の若い人たちの昆布離れについて、時代の流れで仕方ない」と、前向きな発言がほとんどなかった。
----	--

分析提案	今や昆布は世界のシェフたちの間で、最高級の食材として扱われているという事実を指摘し、昆布離れした若い人たちが、また昆布に戻ってくる可能性を示唆した。そのためには、一般的に手間がかかると思われている昆布でダシを取ることは意外に手軽であることや、自然食品である昆布の素晴らしさを世の中に伝えていくことが大切だと説得した。簡単に出汁が取れる入門編の商品として、だしキットの試作品を開発。1リットルの水に、一定量の昆布と鰹節を入れて、一晩置くだけで、翌朝にはダシができていくというもの。だしキットは「天然だし入門セット」と命名。パッケージデザインもアドバイスした結果、全国紙や地方紙、専門誌やラジオなどいくつものメディアに取り上げられると、在庫商品が数時間で完売。その後も生産が追い付かない状況が続く、ネットでの注文も増えた。店舗に来店する新規のお客も増加した。
------	---



開発した天然だし入門セット



中西社長

成果	ネットでの販売と店頭での販売がバランスよく安定化した。昆布の持つ潜在的な需要を認識したことで、事業展開や販路開拓に対する考え方が前向きになった。
----	--

支援コーディネーター



藤田順一