

**02**  
新ハンズオン  
個社支援

宮城県気仙沼市／飲料・たばこ・飼料製造業

2024年度 支援テーマ \* 既存商品の高付加価値化

## 株式会社岡本製氷冷凍工場

1954年創業の製氷専門メーカー。東北エリア最大級の生産能力を誇り、気仙沼市魚市場をはじめとする水産業界に氷を供給している。

# 商品価値を見直し、営業力を強化 陸上用氷事業の本格展開へ

## 課題

- 水産業への依存度が高く、  
豊漁・不漁の影響を強く受け  
経営が不安定
- 水産業以外への販路拡大に  
必要な商品ストーリーや  
営業ツールが不足

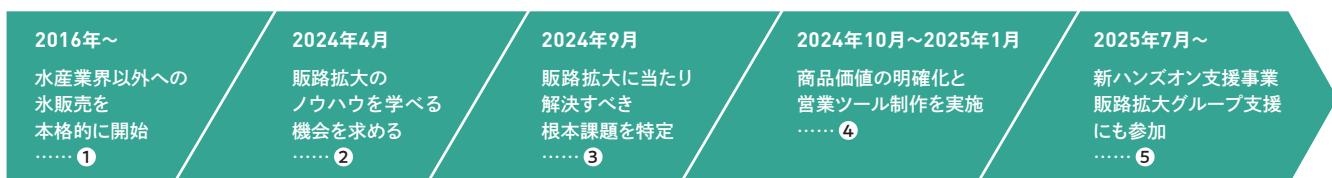
## 成果

- 飲料用氷が訴求すべき  
ターゲット・価値を明確化
- チラシなどPRツールを制作し、  
販路拡大の土台を構築



支援の対象を既存商品の飲料用氷「バータイムアイス」に限定することで、テンポの良い支援を実現

## 支援事業実施の経緯



## ① 支援を受けた背景

### 水産業依存による 経営の不安定さが深刻化

水産業に頼った経営は繁忙期と閑散期の売り上げ格差が大きい。豊漁・不漁による変動も激しく、その差額は年間で1億4000万円にも達することがあった。気候変動による漁獲量の減少傾向もあり、水産業に頼った経営では厳しい状況となっていた。さらに製造コストの高騰も利益を圧迫し、持続可能なビジネスモデルとは程遠い状況であり、収入源の多角化が必要になっていた。

### 新規事業は成長傾向だが 販路拡大のノウハウが不足

2016年ごろからは、食用氷やイベント用氷などを水産業界以外へ販売する陸上用氷事業の展開を始め、売り上げは増加傾向。しかし、飲食店や一般顧客など、これまでとは異なる領域への販路拡大に対する展望が明確に見えておらず、ノウハウを学ぶ機会を求めていた。

## ② 専門家とのマッチング

### 販路拡大への強い思いで 専門家とのマッチングが奏功

事業者は以前から新規事業展開・販路拡大について明確な課題意識を持っており、経営塾に参加するなど、自社の成長に向けて積極的に学びの機会を求めていた。専門家とのマッチングについては具体的な希望を出さなかったものの、結果的にマッチングした宮口直也氏は、希望する分野へのノウハウも支援実績も豊富で、相談しやすい人柄であったため、スムーズに支援をスタートすることができた。

#### マッチングの ポイント

- ◆事業者に希望がない場合も、適宜ヒアリングを行い事業者に必要なサポートや相性を見極める(→P8)

専門家  
Profile

アジュアスカイコンサルティング株式会社  
代表取締役  
宮口 直也氏

「中小企業の企画室」を掲げ、請負受託的になりがちな中小企業経営で、「強み」を見いだす目利き役として「自社看板ビジネス」の立ち上げに注力。博士(工学)、中小企業診断士、技術士(経営工学)。

### ③課題特定支援／計画策定

#### 課題の根本原因を特定し 体系的な支援計画を策定

専門家による課題特定の結果、商品の機能面での強みは把握していても、ターゲットが不明確と判明。氷がもたらす価値を顧客目線で提案できていなかった。また、唯一の営業ツールであったウェブサイト上の情報も企業説明に偏っていた。これらの課題を踏まえ、商品の訴求力向上、営業ツール制作、3カ年計画策定の三つを柱とする体系的な支援を計画した。

氷の魅力や強みに関しては意識していたが、ターゲットに合わせたメリットが提示できていなかった



### ④課題解決支援

#### 商品とターゲットを絞り込み 価値訴求コピーを作成

短期間で確実な成果を生むため、既に販売実績のある飲料用氷「バータイムアイス」の販路拡大を目標にした。当初は一般家庭から飲食店まで幅広いターゲットでの展開を想定していたが、専門家から「ターゲットが多岐にわたるほど価値が伝わりにくくなる」との指摘を受け、飲食店をターゲットに設定。自社の氷が持つ強みを体系的に整理し、商品価値を明らかにしていった。その商品価値を基に、専門家および支援主体との議論を重ね、ターゲットに合わせた価値訴求コピー「お疲れさまの一杯だから、もっと贅沢に。」を作成。



飲食店に向けて、飲料用氷の魅力やメリットを訴求するチラシを作成

#### フォーマットを活用した実制作で 再現性のある制作手法を体得

法人営業向けのチラシ作成と、営業力のあるウェブサイトへのリニューアルに向けて、専門家が制作手法をレクチャー。提供されたフォーマットに沿って作成することで、再現性のある形で学ぶことができた。掲載するコピーについても、専門家のアドバイスに従い、従来のイメージ型の訴求方法から具体的な行動を喚起するレスポンス型への転換を意識して作成を行った。

#### 課題解決のポイント

- ◆必要な場合は事業者と専門家の議論に参加し、第三者の立場を生かして意見を提供(→P9)

### ⑤支援への評価と新たな課題

#### 価値発見と営業基盤の整備を経て 販路拡大の次なるステップへ

商品の訴求力向上や営業ツール制作の過程で、自社では気づかなかつた強みや訴求ポイントについて的確な助言を得ることができた。専門家とのコミュニケーションも良好で、相談しやすい環境の中で進められたことにより、事業者初となるツールを納得のいく形で完成させることができた。2025年度は販路拡大グループ支援において支援を継続して受けしており、制作したツールを活用した商談会出展に向けて取組を続けている。

アジュアスカイコンサルティング株式会社 代表取締役 宮口直也氏

#### 工場長から真の経営者へ。 新たな需要と売り上げの創造に覚悟を

往々にしてモノづくり企業は、「いいモノを作れば仕事が来る」と考えがちです。そういう仕事をこなすほど下請け的になり、価格交渉力を失っていくことで経営が厳しくなってしまいます。本当の意味で「製造・販売」を実現していくためには、「仕事が来る」とことを待たず、「自力で売る」とことへの意識転換が欠かせません。自分で売ろうとすることで未完成であった商品サービスは完成を迎え、売ることで経営が活力を取り戻します。自分たちの足で立ち続けるために、経営者として新たな需要と売り上げをつくることへの覚悟を期待しています。

専門家  
Comment