

01

新ハンズオン

販路拡大グループ支援

岩手県岩泉町／宿泊業

2023年度 支援テーマ＊販路回復・拡大

株式会社フロンティアいわいずみ

「ホテル龍泉洞愛山」の運営やツアーの企画・運営などを行う。岩泉町の国産マツタケを中心とした商品の製造・販売にも取り組んでいる。

展示会への参加によって営業ノウハウを獲得 ニーズに合った常温商品の開発も行った

課題

- 宿泊業が震災やコロナ禍によって打撃を受け、経営が不安定
- 地元産品を活用した加工品を製造するも、販路拡大のノウハウがない

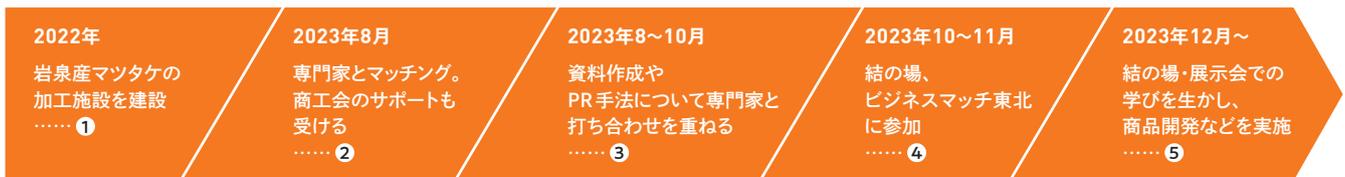
成果

- 展示会での試食提供など、効果的な販促手法を学べた
- 結の場で常温商品のニーズを知り、商品開発を行った



ホテル隣接地に建設したマツタケ加工場。富裕層への販路獲得が課題となった

支援事業実施の経緯



① 支援を受けた背景

経営の安定化に向けて新規事業を立ち上げる

事業者は本業である宿泊業において、震災やコロナ禍により売りに上げに打撃を受けた。そこで、年間を通して売りに上げを獲得可能な別事業に着手。2022年に国の補助事業を活用し、岩泉町の特産品であるマツタケの加工施設を建設した。希少な国産マツタケのブランド化を目的とし、料理研究家による監修の下、「岩泉松茸バター」「岩泉松茸ごはんの素」などの加工品製造・販売を行っている。

売りに上げが思うように伸びず販路開拓を模索

年間を通しての売りに上げを期待して始めた事業だったが、「マツタケは秋の食べ物」という認識が世間に定着しており、安定した売りに上げにつながらないという課題を抱えていた。主なターゲットである富裕層に向けた販路をどのように獲得するかを模索していたところ、岩泉商工会から新ハンズオン支援事業の紹介を受け、申請に至った。



粉末状にした岩泉産マツタケを練り込んだ「岩泉松茸バター」。罌粟菜種油、のだ塩、宮古の塩、八幡平ニンニクなどの岩手県産材料をふんだんに使用している

② 専門家とのマッチング

商工会によるサポートの下専門家と打ち合わせを実施

展示会営業の専門家である土田建太郎氏に加え、税理士・中小企業診断士の北島慎也氏とマッチング。現状の課題をヒアリングによって共有し、書類の作成や結の場当日の段取りについてレクチャーを受ける。オンライン打ち合わせには岩泉商工会の会議室を使用し、メールでの連絡においてもCCに入ってもらうなどのサポートがあった。

マッチングのポイント

- ◆ 必要に応じて、事業者と専門家の意思疎通をサポートする団体に協力を要請する(→P8)

専門家 Profile

株式会社 Miraile 代表取締役
土田 建太郎氏

中小企業診断士。広告会社出身であり、大手飲料メーカーの広告・販促業務を担当。年間30社以上の中小企業への伴走支援や、7年間で延べ300社に対する補助金などの申請支援を実施。官公庁への2年間の出向経験も有する。

3 課題特定支援／計画策定

学習動画を視聴し 課題への認識を深める

地域ブランディングに関する学習動画を視聴。地域の特産品に関する事例が紹介されており、それらとの比較から「岩泉松茸」の特徴について気付きを得られた。ブランド化されたマツタケは仕入れの値段が高く、加工食品にすることで商品価格はさらにアップする。「マツタケは高級品」という認識はあったが、「他の商品と価格帯が異なる」と捉え直し、売り込み方への理解が深まった。



岩泉町はマツタケの生産地として知られる。味・香り・形の三拍子そろった高品質なマツタケのみが「岩泉松茸」として出荷される

結の場、展示会の計画立案。 PR効果の最大化を狙う

結の場に向けてプレゼン資料を作成。商工会の指導も受けながら、期待する支援などを取りまとめた。販路開拓を前提とした上で、高級感を訴求するPR手法やメニュー開発への助言を期待した。また、ビジネスマッチ東北への出展に向けて出展品の絞り込みを実施。当初は複数の商品を展示する意向だったが、試食の準備や商品の独自性に鑑みて、最もインパクトが強い「岩泉松茸バター」のみを展示品とすることに決定した。



マツタケを加工した商品の一覧。「岩泉松茸ごはんの素」も人気が高い

4 課題解決支援

結の場では販路拡大の上での 商品ニーズを把握

結の場では小売業を中心に6社と対話。全国的な販路拡大においては冷蔵品であることや、賞味期限の短さなどがネックになることが分かった。まずは地元での認知度を高めるところから始め、基盤を確かなものにするのを優先。岩手県に根付いている小売業2社との商談が進み、うち1社とは同社主催の復興フェアへの出展が実現した。

展示会では試食提供の重要性を確認。 客観的な指標を得られた

ビジネスマッチ東北では、トースターを持参し、バケットに「岩泉松茸バター」を塗って試食として提供。試食者へのアンケートも実施することで、「味」「価格」「今後の取引」などについて現場の声を収集した。試食提供は好評であり、その重要性を認識する良い機会となった。名刺獲得数は約50枚。

●ビジネスマッチ東北2023でのアンケート結果

味	良い…… 70件	やや良い…… 1件	
風味	良い…… 63件	やや良い…… 8件	
価格	高い…… 11件	やや高い…… 21件	なんとも言えない…… 39件
今後の取引	検討…… 13件	難しい…… 7件	なんとも言えない…… 51件

5 支援への評価と新たな課題

PRが功を奏し、売り上げは増加傾向。 年間を通した販路の確立を目指す

支援終了後、テレビでの紹介やネット販売でのPRが功を奏し、売り上げが前年比118%に増加。結の場での学びから常温商品の開発も行った。オンラインでさまざまな企業と対話したことで、販路拡大の必要性と具体的なイメージがつかめたと考えている。今後も安定した経営を実現すべく、地元の産品を生かした商品開発と販路拡大に取り組みたい。



株式会社Miraile 代表取締役 土田 建太郎氏

マツタケの価値を伝えるために議論を重ね 展示会での成功につながった

岩泉のマツタケという地域産品の価値をどのようにバイヤーに伝えていくか、を一緒に考えさせていただきました。出展コンセプトや商談用のプレゼンシートの作成、トークスクリプトの開発など、商談を成功させるために何度も議論を行いました。結果、展示会ではブースの前に人だかりができるなど大好評で、かなり手応えを感じていただけたのではないかと思います。「岩泉松茸バター」をはじめとする「岩泉松茸」の知名度が上がれば、ホテル事業への好影響も期待できます。販路拡大を目指すチーム体制を組むことで、さらなる事業発展の可能性を感じる支援となりました。

専門家
Comment