

有限会社宮古マルエイ

東日本唯一の干しカレー専門メーカー。手仕事による高品質な加工技術が強みとする。

3件の新規取引先を獲得し、売り上げが安定化
売り場作りに関する有益なアドバイスも獲得

課題

- 震災によって商流が途絶え
復興後も以前の
売上水準に戻らない

成果

- 結の場で対話をした
3社と現在も継続する
取引を実現

主力商品の
干しカレー

支援事業実施の経緯

2022年12月

宮古商工会議所から
結の場の紹介を受ける
…… ①

2022年12月～2023年1月

結の場へ参加を申請し
食品メーカーや小売店との
マッチングを希望
…… ②

2023年2月

結の場に参加。
6社と対話を行い、
有益な情報を獲得
…… ③

2023年2～3月

助言を基に
売り場を見直し、
売り上げが回復
…… ④

2023年4月～

他企業と連携した
新商品開発も視野に
…… ⑤

① 参加申請経緯

風評・不漁の影響で売り上げが戻らず
販路拡大が長年の課題に

震災で商流が途絶えたことをきっかけに、既存の販売先が減少。事業を再始動したものの、売り場には既に他社の商品が並んでいる状態であった。その後も風評や温暖化の影響による漁獲量の不安定さなどが重なり、売り上げを震災前の水準に戻すことが難しく、改めて販路拡大に取り組む必要があった。

宮古商工会議所から3年ぶりに
結の場の紹介を受ける

結の場には2019年度に一度参加した経験があったが、当時はコロナ禍とも重なり、思うような成果を出すことができなかった。約3年が経過した2022年に、当時のことを覚えていた宮古商工会議所の職員から再度参加を提案される。岩手復興局のサポートの下、結の場の参加目的について宮古商工会議所と検討した結果、販路拡大だけでなく、新商品の開発など複数の課題に対して解決のヒントを得ることを目指す方針を固めた。

参加者募集のポイント

- ◆ 商工会議所などと連携し、参加を促進する
(→ P11)

② 事前準備

セミナーに参加し、資料作成や
事前リサーチのアドバイスを受ける

結の場当日に向けて、マッチング先企業の希望を伝える際には、「販路拡大」を最優先の課題とし、販売の知見が得られる可能性の高い食品メーカーや小売店を優先的に位置付けた。また、事前に行われたセミナーにも参加。自社の説明を行うための資料作成や参画企業のリサーチに関してアドバイスを受けることで、前もって必要な準備を整えることができた。



PR資料では主力商品を大きく掲載し、通販サイトでの実績を掲載するなどの工夫を凝らした

事前準備のポイント

- ◆ 資料作成や事前リサーチのアドバイスを通じて、参加の目的を明確化させる
(→ P11)

③ 結の場当日

提案内容を事前に整理することで 限られた対話の時間を有効に活用

当日はオンラインにて合計6社と話をした。各社との対話は1社当たり25分と限られていたため、課題の共有から支援提案までを効率的に進める必要があった。支援主体からのアドバイスに基づき、既存のPR資料とは別に、要点を簡潔にまとめた補助資料を事前に作成し、手元に準備して当日に臨んだことで、PRの効率化につながった。さらに、当日は宮古商工会議所も同席し、円滑な進行をサポートした。

希望する支援内容を明確化し 確実な成果を獲得

それぞれの支援提案企業に対しては、期待できる支援内容や改善事項に絞って対話を行った。産地フェアへの出展誘致や商品としての採用検討、顧客対応に関する意見交換や商品ディスプレイへのアドバイスなど、次につながる具体的な提案をその場で受ける。有益な情報も含めてさまざまな成果を獲得した。

④ フォローアップ

店舗販売やギフト採択といった 継続的な取引が3社と成立

結の場終了後は、岩手復興局の担当職員も支援提案企業との間に入り、進捗報告・情報共有の面で細やかなサポートを行った。その結果、支援提案企業と密なコミュニケーションが生まれ、食品メーカー・小売店・航空会社の3社と取引が成立。社内販売や店舗での販売、詰め合わせギフトへの商品採択を獲得し、2025年現在も取引を継続している。期間を限定したものや一過性のプロジェクトではなく、新たな販売チャネルの確立につながる成果となった。



航空会社のギフトに採択された「カレイ専門店 厳選 国産干かれい9種詰合せ」

助言を基に売り場を改善した結果、 毎年売り上げが伸びるように

結の場終了後に、自社商品を陳列している「道の駅みやこ」を、支援提案企業の社員が訪問。その際に「冷凍食品のため、商品のビジュアルで訴求しにくい。パッケージやポップに画像を載せてみてはどうか」とのアドバイスを受けた。助言を基に売り場の改善を進めた結果、2022年度は前年比20%増、2023年度は52%増、2024年度は34%増と、毎年着実に売り上げを伸ばすことができた。



フォローアップのポイント

- ◆進捗報告・情報共有などの細やかなサポートで事業者を後押し（→P12）



「道の駅みやこ」の陳列コーナー。写真を大きく使ったポップに切り替えたところ、徐々に効果が表れた

⑤ 支援への評価と新たな課題

販路拡大の目標を達成し 新たな商品の開発を目指す

継続的な取引を実現できたことはもちろん、勢いのある大企業・異業種企業と交流ができる貴重な機会だったと感じた。一方で、今回の参加では、新商品の開発などが解決できなかった課題として残された。今後のさらなる成長のために、共同で商品開発や販売ができる企業との接点も探っていく。