

## ゴールデンピーカン株式会社

岩手県陸前高田市を拠点に、産官学連携によりピーカンナッツの国内生産と流通拡大を進め、地域農業の再生と地方創生を目指す。

# 結の場直後の直接訪問で関係を構築 教育旅行プログラムへの組み込みを検討中

### 課題

- 2017年に事業を開始したが、ピーカンナッツの認知度が低い
- 販売チャンネルが限定的で、工場稼働率向上のため販路拡大が必要

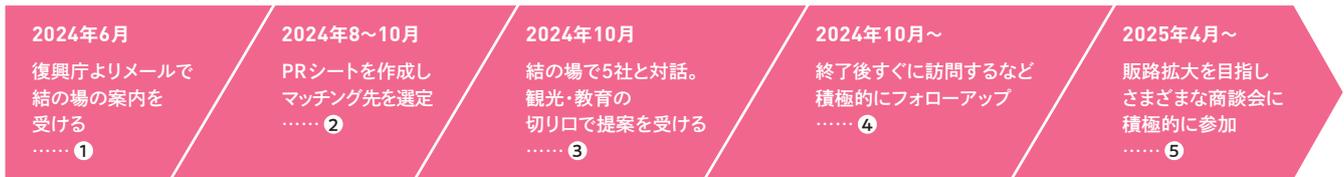
### 成果

- 旅行事業者との商談が進展し 教育旅行への組み込みを検討中
- 大手食品メーカーの 社内販売会で自社商品の取り扱いが実現



大手食品メーカーで社内販売されたピーカンナッツチョコレート

### 支援事業実施の経緯



## ① 参加申請経緯

### 認知度の低さと工場稼働率に課題。販路拡大の必要性を認識

大阪に本社を置く製菓メーカーである株式会社サロンドロワイヤルグループの一員として、2017年に陸前高田市でピーカンナッツの流通拡大を目的とした事業を開始。主に自社店舗や百貨店、通販、お土産関係での販売を展開していたが、東北エリアでの認知度が低く、販売チャンネルが限られていた。地元雇用を維持・拡大するためにも、工場稼働率を向上させる必要があり、販路拡大が課題に。

### 復興庁から結の場の案内。課題解決を期待して参加を決意

販路拡大の方法を模索していた中、復興庁からメールで結の場の案内を受けた。参加費用もかからないことから、販路拡大に向けて何かしらの糸口がつかめればという期待を持って参加を決意した。

## ② 事前準備

### 支援提案企業頼りではなく対等な商談を想定して準備を進める

PRシートの作成は、全て自社で対応。商品の特徴をポイントごとに整理するとともに、自社が抱える課題や想定する取引内容を簡潔にまとめることで、支援提案企業が検討しやすい資料とした。また、岩手県主催の商談会への参加経験から、結の場は支援ではなくビジネスマッチングの機会として捉えていた。そのためマッチング先の選定では、スーパーでの取り扱いや機内食への活用、教育旅行プログラムへの組み込み、新商品開発での連携など、目的を明確にして希望を出した。

**会社概要 ゴールデンピーカン株式会社 (岩手県陸前高田市)**

ピーカンナッツが創る新しい暮らし 陸前高田とともに

- ピーカンプロジェクト (調印式) ピーカンナッツによる新規産業創出
- エビデンスを添えた商品開発 国内生鮮ナッツ初機能性表示
- 地方を代表する産物の創造  
福はもたらぬこと、デザインにはけり、地方の魅力を語る代表的な商品をつくる

会社名	ゴールデンピーカン株式会社
所在地	岩手県陸前高田市
設立	2017年8月1日
従業員数	4名
事業内容	1. ナッツ 販売 2. 観光

PRシートでは、商品のポイントや自社が抱える課題を端的にまとめた

### 事前準備のポイント

- 支援提案企業の情報を提供し、事業者に参加目的を明確化させる(→P11)

### 3 結の場当日

#### 企業特性に応じた提案を行うも 取引の実施は今後の検討に

事前にマッチングした5社に対してピーカンナッツのサンプルを送付した上で結の場当日を迎えた。それぞれの企業特性に応じて提案を行ったが、旅行事業者以外からは、その場ですぐに前向きな反応が得られたわけではなかった。

#### 地元の活性化について相談し 具体的なアイデアをその場で獲得

旅行事業者との対話では、陸前高田の活性化という観点で何かできないかと相談したところ、教育旅行にピーカンナッツの農場を組み込むという具体的なアイデアが示された。これまで参加してきた商談では、自社商品の直接的な取引に関する話が中心だったため、こうした観光や教育という新たな切り口での展開は、ピーカンナッツや自社の認知度向上につながる可能性を感じさせるものだった。



陸前高田市のピーカンナッツ農場

### 4 フォローアップ

#### 直接訪問で熱意を伝え 教育旅行の実現に向けて前進

終了後、仙台出張の機会に、結の場でマッチングした旅行事業者の仙台支社を訪問した。結の場で提案された教育旅行への組み込みについて改めて相談したところ、担当者を紹介してもらえることになり、やりとりを重ね、実現に向けて着実に進んでいる。結の場終了直後に自ら足を運び、対面で熱意を伝えたことが、継続的な関係の構築につながった。

#### 一部企業とは商談に進まず。 フォローアップの支援を希望

他3社については、終了後にサンプルを送付したものの、進展はなかった。復興庁の担当者からは結の場終了後に数回、状況確認の連絡があったが、こうした進展のなかった企業については、支援主体からもフォローがあれば、関係が続いたのではないかと感じている。

#### 終了後のサンプル送付が 単発取引の実現につながる

終了後に、マッチングした各企業に向けて、複数種類の商品サンプルを送付した。その結果、大手食品メーカーから社内販売会での取り扱い提案があり、ピーカンナッツチョコレート約100個の販売が実現した。結の場当日だけでは即時の取引につながらなかったものの、終了後に積極的にサンプルを送付したことが、具体的な提案を引き出すきっかけとなった。



結の場終了後、ピーカンナッツをはじめ複数種類のサンプルを送付した

### 5 支援への評価と新たな課題

#### 認知度向上に向けた新展開に手応え。 販路拡大には依然課題が残る

いまだ実施には至っていないものの、教育旅行への組み込みという従来とは異なる形での展開が進み、ピーカンナッツの認知度向上につながる可能性が見えてきたことには満足している。一方で、販路拡大の課題は依然として残されており、引き続き販路拡大を目指してさまざまな商談会に積極的に参加している。経験的に自社との取引に関心の薄い企業とマッチングしてしまうと、実りある商談につながりにくい。結の場についても、事業者が抱える課題を事前に特定し、それを解決できる企業を的確に引き合わせる事が重要だと感じた。