

## 株式会社トーション(浜福)

文具・事務用品・オフィス家具・OA機器などの販売を行う。新規事業として開発した「タコシウマイ」は、複数の食品賞を受賞するなど、地域の新たな特産品として注目を集めている。

## 大手小売店と取引が成立し、販路拡大が実現 商品の発送体制を整え、業務効率化も達成

## 課題

- 販路拡大が必要だが、  
営業のノウハウがなかった
- 加工場を建設する上で必要な  
機材などの情報が不足していた

## 成果

- 新たな取引先を2社獲得し  
販路拡大につながる成果を得る
- 食品会社の加工場を見学。  
生産体制強化のノウハウを学ぶ



2022年より販売を開始した「タコシウマイ」

## 支援事業実施の経緯



## ① 参加申請経緯

### 開発した商品の注目度が高まるにつれ 販路拡大の必要性を感じた

本業として事務用品の卸売業を営む傍ら、月100パックを目標に小規模でスタートした「タコシウマイ」。やがて食品関連の賞を受賞したことをきっかけに、商品の注目度は大きく高まるように。「もっと多くの人に届けたい」という思いが強まったことから、販路拡大に取り組むため、結の場への参加を決めた。

### 生産体制強化に向け加工場の建設を 検討するも、運用に課題

製造はつながりのある加工会社に委託し、加工場の一角を間借りする形で進めていた。そのため、生産規模を広げるには限界があり、販路拡大のためには自社で加工場を持つ必要がある。しかし、必要な機材や衛生管理の工夫といった具体的な情報が不足しており、アドバイスを求められる企業を求めている。

## ② 事前準備

### 参加した事前セミナーで 「顧客目線」の重要性を学んだ

アイデア重視でビジネスを立ち上げたため、商談の経験はほとんどなかった。そこで、支援主体が開催する事前セミナー「商談の進め方～買い手に伝わる売り込みシートの作成支援」に参加した。基本的な商談の流れを理解するとともに、販路拡大を目指すにはマーケットインの視点が不可欠であることを学んだ。顧客理解を深め、売り場に合わせてパッケージを調整するなど、相手に合わせた柔軟な対応が必要だと気付くことができ、販路拡大における自社の課題が明確になった。



事業者はデザイン作成のための専門スキルを有しており、プレゼン資料をはじめ、名刺やロゴ、ポップなどは、全て自社で作成した

#### 事前準備のポイント

- ◆ 事前セミナーを通じて結の場当日のイメージを明確化させる(→P11)

### ③ 結の場当日

#### 小売店とのマッチングで 現場ニーズへの理解を深める

結の場当日は、希望していた小売店とのマッチングが実現した。対話の中で、小売店側からは「タコシウマイ 1 種類かつ月 100 パック程度の生産では売り場展開が難しい」と指摘を受けた。その上で「取引を始めるなら売り場ではなく、まずはギフトとして展開するのが現実的」との助言を得た。さらに、開発予定である「イカシウマイ」が完成後に改めて話を進めたいという言葉もあり、商品のバリエーションが重要であることを実感した。実際に取引を行う企業や売り場の担当者が何を求めているのかを直接聞いたことは、大きな学びとなった。

#### 表情やニュアンスを読み取れない オンラインの難しさを実感

コロナ禍の影響もあり、結の場当日はオンライン開催であり、直接顔が見えないため相手のニュアンスや表情を読み取りづらく、やりにくさを感じた。カメラをオンの状態で話をした企業もあった一方、音声だけの企業もあり、顔が見られなかったのは残念だった。なるべく対面で話したかったと感じている。



丁寧に手作りで作られている「タコシウマイ」。その生産体制が販路拡大のハードルとなった

#### 寄り添ったファシリテーションで 円滑な進行が実現

オンライン上で会話が途切れる場面もあったが、ファシリテーターが適切に場をつないでくれたため、進行は終始スムーズだった。話の中で専門用語が出た際にも、すぐに分かりやすく説明してもらえた。さらに、言葉に詰まったときには自社の意図を補足してくれるなど、相手企業とのコミュニケーションを円滑にしてくれた。事前に丁寧なヒアリングを重ね、事業者の状況や知識レベルを把握した上でサポートしてもらえたことが成功の要因となった。

#### 直接的な取引にとどまらない 有意義な対話を実現

運送会社には、産地直送やオンライン発送といった販路拡大の基盤づくりを相談し、有益な情報を得られた。また、ある食品会社については、関連会社にシウマイを作っている部門があることを事前のリサーチで知り、加工場の見学を相談した。支援提案企業の担当者たちはフードコートへの商品卸売りをイメージしていたため意外に思われたが、それでもこちらの要望をしっかりと伝えることができた。

#### 👉 結の場当日のポイント

◆ファシリテーターのサポートでスムーズな対話を実現する(→P12)

### ④ フォローアップ

#### 販路拡大に加え、 生産体制への知見も獲得

結の場終了後、マッチング先の運送会社がすぐに会社を訪問し、オンライン配送サービスを整備してくれた。その結果、発送手がスムーズになり、業務効率も向上した。また、仙台で行われた別の商談会でブースを出した際には、結の場で対話した小売店の担当者に声を掛けてもらい、取引へと発展した。この 2 件との取引は現在も継続している。さらに、食品会社の工場見学も実現し、大量生産に必要な機材や冷凍設備について学ぶことができた。

#### 既存対応に追われ、 新規顧客に対応できない課題

1 人で業務を抱えているため、現状は既存顧客への対応に追われ、潜在的に取引を広げたい顧客への働きかけができていない。アプローチのタイミングや方法について助言が可能な、営業経験のあるサポーターを必要としている。また、商談後や納品後のフォローについて、具体的な手順をまとめたマニュアルがあれば大いに助かると感じている。

### ⑤ 支援への評価と新たな課題

#### 販路拡大と業務効率化を実現。 次なる課題は体制整備

販路拡大が実現しただけでなく、オンライン発送により業務効率も改善し、支援への満足度は高い。一方で、売り上げ拡大には生産体制の強化や営業の仕組み化が必要だと実感した。また、結の場の成果を最大化するためには、支援提案企業が提供できる内容をより具体的に示す資料があれば良かったと感じている。