

合資会社カネキ商店

福島県いわき市の水産加工品メーカー。独自製法のたれを用いた「味丸さんま極旨干し」を主力商品としている。

2社との新規取引が実現。1社とは現在も取引が継続し、ギフト売りが20%向上

課題

- 原材料の不漁による高騰で売りが低下。生産者自らが営業に携わるも販路開拓のノウハウがない

成果

- 新たな販路の開拓に成功しギフトの売りが20%向上



ギフトに採用された「極旨黒干しバラエティーセット」

支援事業実施の経緯



① 参加申請経緯

販路開拓についての助言を求め結の場に初参加

震災の影響で販路を喪失。生産者自らが販路回復に動き出すが、営業活動をこれまで行っていなかったため、ノウハウが不足していた。そのような状況下で、以前から復興庁の新ハズオン支援事業で関係があったいわき商工会議所から、結の場の紹介を受ける。営業の基本的な知識や、販路開拓における考え方のアドバイスを求めて、初めて結の場に参加した。

原材料の漁獲量低下により秘伝のたれの活用を検討し始める

主力商品の原材料・サンマの不漁に伴う高騰により売りが低下。新たな事業として、秘伝のたれ「味丸黒干®」の活用を検討し始める。サンマ以外の魚や野菜を漬け込む新商品の開発・展開、たれのブランディング手法などへの意見を求め、結の場へ2度目の参加を決めた。

② 事前準備

商談について学ぶセミナーに参加し営業力向上を図る

結の場への参加に向けて、商談の進め方に関するセミナーに参加。初めて参加した時は、展示商談会における効果的なディスプレイ方法などについて、汎用性の高いノウハウを教わった。2度目の結の場参加時のセミナーでは、効果的なPRや資料作成の方法などについての的確なアドバイスを得ることができ、営業力向上につながった。結の場で用いるPRシートは、既存の資料をベースにアドバイスを踏まえ作成した。



結の場に向けてアドバイザーと作成したPRシート。その後の商談会でも活用している

事前準備のポイント

- ◆ セミナーなどの開催を通じて、具体的な成果や目的を事業者を意識させる(→P11)

③ 結の場当日

ブランディングの基礎を 大企業から学ぶ

秘伝のたれのブランディングについて相談した際、支援提案企業から「商品の価値をより深掘りする必要がある」との助言を受けた。大手食品メーカーがブランディングをどのように考えているのかを知り、研究と検討を重ねる必要性を痛感した。直接的な利益にはつながらなかったものの、貴重な知見を得ることができた。

有益な提案はあったものの、 複数社とのマッチングに苦戦

当日は6社と商談。販路開拓に関する提案に加え、SNSを活用した発信手法についてアドバイスも受け、これまでにない発想を得ることができた。しかし、限られた時間の中では、先方に伝えたいことを十分に伝えきれない場面もあった。ファシリテーターは配置されていたものの、当日の進行を踏まえると、これまでの関係を築いてきた支援主体にも同席してほしかった。また、多くの企業から提案をもらえたが、その後の対応が複雑になったことを振り返ると、6社とのマッチングはやや多かったと感じる。

秘伝のたれの活用方法については、 認識のずれを感じる結果に

秘伝のたれにサンマ以外の魚種や野菜を漬け込むアイデアについて意見をもらうことが、2度目の参加の主な目的だった。しかし、期待していた食品メーカーからは、たれの大量生産といった全く異なる方向性の提案もあった。良い勉強にはなったが、自社の期待を事前にしっかりと伝え、方向性が合いそうな企業とマッチングできると、より効果的であったと感じた。



70年間継ぎ足してきた秘伝のたれ。しょうゆを使わないことが特徴

④ フォローアップ

新規2社と取引が成立。 社員食堂やギフトへの商品採択につながった

結果として、2社との新規取引につながった。1社とは、サバをたれに漬け込んだ新商品が社員食堂で採用され、さらに、社員向けの物販も実施された。もう1社とは、季節のギフトへの商品採択や事業者の所在地での販売が実現し、2025年現在も関係が続いている。支援提案企業から自社への改善提案に対し、学びの機会と捉えて誠実に向き合ったことが、良好な関係の継続につながった。

結の場への参加を機に、 他社の動向も共有されるように

結の場に参加した企業同士で、「現在こういう事業を進めている」といった情報や感想を共有するようになった。他社の取組を直接聞く機会は貴重な経験であり、自社の事業にも生きる部分があると感じている。

⑤ 支援への評価と新たな課題

結の場の取引でギフト売り上げ20%増。 今後は秘伝のたれの存続を第一目標に

結の場で実現した取引により、ギフトの売り上げを20%伸ばすことができ、満足している。一方で、たれのブランディング強化やメニュー開発については、引き続き模索する予定である。また、代表が後継者に交代した。規模の大小にこだわらず、秘伝のたれ「味丸黒干[®]」シリーズと「極旨黒干し」の存続を第一の目標として取り組んでいきたい。