

支援体制

専門家

土屋 恵子 氏

支援依頼

地域PF

いばらき中小企業サポートネットワーク

構成機関

公益財団法人茨城県中小企業振興公社

支援

相談

企業

有限会社 マテリアル茨城

- 業種 : 各種商品小売業
- 従業員 : 7人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 平成22年
- 住所 : 茨城県桜川市長方999-5
- 企業概要 : タイヤ販売・野菜販売

支援概要

■支援の経緯

本企業の中核事業であるタイヤ販売の売上げ低下が加速しており、5年前から野菜直売事業も行っている。この事業の一環として、焼き芋を丸干しにした商品を開発し、小売価格500円（300g）で販売を開始した。この価格は一般的な小売りの半値以下であり、通常の間屋卸売り価格に相当する。そのため、販路を拡大した際に、流通経路での販売コストに対応できなくなることが懸念される。相場小売価格は4000円/kgであるが、本企業では、3000円/kg程で販売拡大したいと、当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関にて現状と問題点についてヒアリングを行ったところ、商品としての完成度が低いことが分った。そこで、1) 1パックの量300gを150gに減らし500円を維持させる。2) 見た目の美しさを追求する（商品としての完成度を上げる）。3) パッケージのデザイン（シールにて対応）で手に取りやすさを演出する。4) お客様が納得する商品のネーミングとする等の課題を設定したうえで、デザイン支援の実績があるだけでなく、販売企画の提案もでき、将来の事業拡大に貢献できる本専門家に依頼をした。

■専門家による具体的な支援内容

この商品は、芋の糖度の高さから乾燥途中に蜜が出て黒くなってしまうが、その弱点を「美味しさ・甘さの証拠・強み」としてとらえて、商品開発することを提案。ネーミングについては、流行り傾向にある言葉を経営者と意見交換しながら、数点の案を選出した。干し焼き芋を数本入れた商品は、「蜜が美味しい、皮も食べられる、無添加、濃厚であること」をパッケージデザインに取り込む事を提案。高級感があり、焼き菓子ブリュレのようであることから、洋風なデザインと色使いとした。また一本売りの商品には、美容と健康を打ち出したキャッチコピーを入れるように助言した。今回、蜜の多い芋については、インターネットでも販路拡大していくことが決まった。



パッケージと同デザインのサインボードを持つ手嶋代表

成果

今回課題であった蜜で黒くなってしまう弱点を逆転の発想で「蜜いも」とネーミングすることで強みとし、さらに洋菓子風に見立てたデザインにすることで、この商品は大きく生まれ変わった。また「無添加」「皮も食べられる」などを記載することで、「健康志向」「自然食志向」を顧客に打ち出すことができた。贈答用品としてシールで装飾したオリジナルBOXを用意し、販売拡大を広げることができた。この「蜜いも」は発売当初（9～10月）前年同月比120%の売上となった。さらに、芋の糖度の上がる冬に向けては、150%以上の伸びを期待している。



蜜いも・ブリュレ

専門家の声

- 氏名 : 土屋 恵子
- 保有資格 : ITコーディネータ、キャリアコンサルタント
- 専門分野 : 企画デザイン・販促支援/人材育成

商品自体が持っている力を時流に合わせて素直に表現することを心がけています。事業主様の気づいていない強みを確認しながら、ネーミング、パッケージデザインに活かしました。



事業者の声

桜川市商工会の名物づくり委員会に出品した「干し焼き芋」のより良い商品化のため茨城県よろず支援拠点を通じて、土屋先生を紹介いただいた。食に対する専門性が高い土屋先生は、干し焼き芋から出る「蜜」を、おいしさの象徴とする提案をされ、この気付きで商品に命が吹き込まれたと感じた。課題であった商品のパッケージングも手ごろな量目となり、丸ごと・半割・スライスとバリエーションを広げることができた。これからも土屋先生と協力しより良い商品開発を続けていきたい。よろしくお願いします。

専門家プロフィールURL（プロフィールをご覧くださいにはミラサポへのログインが必要です。）

https://specialist.mirasapo.jp/consul/pro/0031000000YE6I8AAD?advisor_field_id=