

## 新型コロナウイルス感染症中小・小規模企業緊急総合支援事業 取組事例報告書

事業者情報	よみがな	ごうどうがいしゃまめやとかち	所在エリア	道東・十勝
	事業者名	合同会社豆屋とかち		
	業種	製造業	従業員規模	7名
	事業概要	同社は、長い歴史を有する老舗の菓子製造業者である。道の駅や観光ホテル、百貨店など、道東エリアの観光業に販路を持つ。長い歴史と伝統の技術に強みを持つが、強みを活かし切れておらず、また利益率が低い事が同社の課題である。		
	活用施策	新型コロナウイルス感染症特別貸付		
支援期間	2021年4月25日～2022年2月2日		担当専門家	西部 一晃

取組事例	<b>老舗菓子製造業者としてのブランド力強化と、販路・収益性の強化</b>
取組概要	<p>同社は、創業160余年の歴史と伝統を有し、ブランド力のポテンシャルがあるものの十分に活かす事が出来ていない為、ブランド力の強化を図る取り組みを実施した。</p> <p>また、観光需要からの依存体質脱却の為に新たな販路を開拓すると共に、製品にブランドの付加価値を含める事が出来ていなかった為、新たに付加価値の高い高価格帯の商品を開発し、収益性の向上を図る取り組みを行った。</p>

### ■写真・イラスト等

 <p>《新パッケージイラスト・本別地図》</p>	 <p>《テレビ取材の一場面》</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

### ■取組の経緯・背景

同社は、地域の観光業に根差した土産物屋として経営を行っていたが、新型コロナウイルスの感染拡大による人流減少によって、大きなダメージを受ける事となった。元より観光業界に販路を依存していた為、コロナ禍が続く中で回復の兆しが見えず、新たな経営戦略を必要としていた。そこで、同社の有する長い歴史と伝統を強みと捉え、パッケージや商品ラインナップのブランド化、高付加価値化を実施すると共に、観光業に依存しない販路の開拓と収益性の向上を目指す事とした

同社は、潜在的に優れた経営資源を有している為、これらを活用する事によって、ブランドの強化を図る取り組みである。

## ■取組内容（特徴・工夫・進捗など）

### ①同社の有する潜在的に優れた経営資源の活用

同社の商品パッケージは、同社の魅力を訴求するには不十分なものであった為、同社の歴史的背景、同社の社名に由来するキャラクター、同社の有する骨董コレクションなどを、パッケージ等のデザインに積極的に活用する事によって、ブランドイメージの醸成を図った。

その際、同社の有する長い歴史や、商品の開発秘話などを【ストーリー】として語る事によって、他者との差別化を図ると共に、地域における存在感を高める工夫を行った。

現在、新たなパッケージを試験的に投入しており、今後も季節毎にパッケージを更新予定である。

### ②店舗の魅力向上

同社の店舗空間は十分に広いものの、その広さを活用する事ができず、魅力の薄いものであった。

そこで、同社の有する骨董コレクション（社名に由来する品々）を店舗に移設し、商品と共に並べる事によって、同社の有する歴史感を感じる事のできる売り場とした。単に商品を購入する場所とするのではなく、同社の歴史や骨董を眺める事ができるギャラリーとしての性質を帯びさせる事によって、来店に対する動機性を高めるように工夫を行った。

今後は、更に造作などを加え、店舗空間の魅力を高める予定である。

### ③情報発信の強化

テレビ・新聞・ウェブサイト・商品パッケージを利用して、情報発信の強化を図った。

テレビや新聞の取材を受ける際には、商品の情報を発信するのみではなく、同社や商品の歴史を【物語】として積極的に語るようにする事によって、ブランドイメージの形成に心掛けた。また、商品の包装紙の裏面など、通常は白紙である部分に、同社や商品の歴史を記載する事によって、商品パッケージそのものをPR媒体として活用した。この際、歴史感を醸し出す為に、瓦版のようなデザインを採用した。

## ■今後に向けて

今後も、同社の有する歴史や魅力を最大限に表現する事ができるように、パッケージや製品の開発を続けると共に、観光業以外の販路を強化する事となる。同社の歴史や商品には魅力的で膨大な【物語・ストーリー】が存在する為、それら物語る動画を作成し、公開する事を計画している。

## ■支援の流れ

2021年4月	支援開始。業況のヒアリング。資金繰りの検討。パッケージ戦略の提案。
2021年5月	新型コロナウイルス感染症特別貸付の準備（後に成約）。パッケージデザインの提案。
2021年11月	業況のヒアリング。ブランド強化に向けた戦略の提案、アドバイス。
2021年12月	パッケージデザイン（地域マップ）の提案。資金繰りに関する検討、アドバイス。
2021年12月	店舗のデザイン・レイアウトについての検討、助言。今後のアクションプランの策定。
2022年2月	今後の事業戦略の検討、助言。新たな商品開発についての提案、アドバイス。