

2名の新現役からそれぞれマーケティング戦略構築・販路開拓支援を受け、 自社わさび商品の新規取引先開拓及び社員の意識改革を達成。

株式会社大晃 (静岡県静岡市)

昭和49年の創業以来、全国のホテル・レストラン・料亭・居酒屋・寿司店等様々な飲食店に向けた、業務用高級食材・創作和え物等のPB商品製造、販売を営んでいる。また、わさびの「つつん漬」をはじめとした自社ブランド商品の販売も行っている。 <https://www.daiko-ken.co.jp/>



課題と対応・成果

【経営課題】

- 当社は老舗であり一定の業況は維持していたものの、販路や商品開発面で頭打ち状態であり、自社商品のマーケティング戦略構築と販路開拓が喫緊の課題であった。

【マネジメントメンターの取組内容】

「マーケティング戦略の構築」と「販路開拓」のそれぞれの課題について、マネジメントメンター楠田氏、佐久間氏の二名と契約。

■ マーケティング戦略を構築（楠田氏）

自社ブランド商品である「つつん漬」について、改めてSWOT分析やターゲティングを実施。マーケティングプランを作成した。現在もマーケティングプランの構築について、社長の壁打ち相手として尽力している。

■ 販売店への営業活動（佐久間氏）

スーパーマーケットや新東名SAなど、販売店への新規開拓を実施。自社の営業担当も同行することで、社内への営業ノウハウの蓄積にも寄与。その他、商品パッケージについて、店頭で消費者ウケする包装方法の助言なども実施。

【成果・効果】

■ マーケティング戦略を具体化（楠田氏）

社内だけでは具体化が叶わなかったマーケティングプランを作成。現在も作成いただいたプランに沿った経営が実施されている。

■ 商品取扱店を新規開拓（佐久間氏）

新東名のSAへの営業活動を実施。新たに2つの販売先との取引が開始された。マネジメントメンターの熱意ある取り組みが、社員の自社商品に対する自信を向上させ、現在では社員自ら展示会への出展を提案するなど、社内の意識改革にも繋がっている。



新現役交流会について

【交流会活用のきっかけ】

- 従前より、静岡信用金庫の担当者と自社課題について経営面にまで踏み込んだ意見交換を行っており、日頃からビジネスマッチングなど多岐にわたる提案があった。それら提案のひとつに新現役交流会があり参加に至った。
- 当初は、わさび商品の製造業というニッチな分野において支援が受けられるか不安であったが、信金との意見交換を通して自社課題の絞り込みができ、期待を持って交流会に臨むことができた。

【マネジメントメンターを選んだ理由】

■ 決め手は「共感できるビジネスプランの提示」（楠田氏）

提案されたマーケティング手法やプランのアウトラインが、社長が思い描いていた内容と合致。自社では具体化できず漠然としていたプランを、具体化・言語化していただいたことが決め手となり、支援を依頼。

■ 決め手は「過去の支援実績」（佐久間氏）

従前より新東名SAの売店への販路開拓を狙っていた為、実際に同様の支援実績があったことが決め手となり、支援を依頼。

今後の課題・展望

- 新規開拓先のネットワークを活用し、メイン事業である飲食業への業務用高級食材販売の取引先拡大及び、創作和え物のPB商品製造販売事業の拡大を検討している。
- 今回のマーケティング戦略を構築していただいた際に御教示いただいたノウハウを活用し、新しいマーケットの調査と開拓を行いたい。

活用企業、マネジメントメンター、開催機関からのコメント

新現役交流会活用企業

株式会社大晃
代表取締役
牧田巧氏



弊社は長年に渡り、業務系食品専門商社の高級店向け OEM開発・製造、メニュー提案という、ニッチな市場を基盤としてきました。

プロの料理人に認められるモノ作りが強みである反面、顧客を開拓する営業力は弱点と言えます。

ただでさえトレンドの変化が早い外食産業を主要マーケットとする弊社にとって、コロナ禍は「激震」です。今までご愛顧いただいたお客様が「稼働しない」という信じられない事態になりました。

今もなおコロナ禍の渦中であって、**経営者である私を含めた自社のポテンシャルのみではこの状況乗り越えるのは困難であること、先行きの不透明感から我々が生き残るためには課題解決のギアを数段上げる事が急務である**ことから、専門家の支援・伴走を求めたというのが新現役交流会への参加理由です。

山積する課題の中から、足元～中期スパンで弊社が解決すべき課題を「マーケティング再構築」と「販路開拓」の2点に絞り込み、そこに「食品」、「食を取り巻く生活シーン」、「物販」、「消費者直販」というキーワードを折り込んだ結果、現状の弊社に欠落しているピースを埋めて下さるようなキャリアを持つ専門家と出会うことが出来ました。

一朝一夕では得ることができない知識・経験に加え、豊富なネットワークをお持ちの専門家のお力を借りながら、経営者自身が謙虚な姿勢で自社を見つめ直し、課題に対するフォーカスを上げたり下げたりしながら共に知恵を絞り、会社全体で前向きに行動するというイメージを描けるかどうか案件を成功させるポイントであると考えています。

マネジメントメンター

楠田清敏氏



課題をお伺いし、あれもやりたいこれもやりたいという様々なニーズがあり、これを解決するには、**根本的な戦略構築**が大切ということをご提案しました。具体的には、

1. 自社および主力商品の魅力の再発見とターゲットのニーズから**コンセプト構築**を行う。
 2. コンセプト評価や消費者ニーズを消費者ニーズを確認する。
 3. その上で**マーケティング戦略（特に商品戦略、流通戦略、コミュニケーション戦略）**を立案してそれに基づき実践していく。
 4. 商品改良や新製品の方向、更には個々商品を拡大する提案資料作りで、確実に商品の導入拡大を実施したり、ブランド認知拡大に向けての情報発信を進める。
- 以上の点をご理解頂き、一緒にこれらに取り組みご支援を行い、確実に実践頂いています。

マネジメントメンター

佐久間敏郎氏



マネージメントの基本「観察」「分析」「判断」を運用しながら、より実践的なコーチングを実行しました。具体的には、

1. **有力営業先の開拓**（東名高速海老名上り線、下り線日本一のサービスエリアと第2位の足柄サービスエリア上り線、下り線）2社、4箇所の売り場
2. クライアントリレーションの摘策のコツを伝授（同業他社との優位性、マンパワー）
3. **売り場具体的展開の方法** 具体的訴求、露出の仕方を伝授（ゾーニング業務の考え方、陳列、POPキャプションの手法）
4. **キラーコンテンツ以外の商品売り込み**（抱き合わせ、ボリューム関連販売）
5. 催事の提案。合わせてセールスマインド、スキルの醸成を図る。

以上の点について支援させていただき、プロフィットレベルには至っていないが基本の仕組みはできたと思っています。今後はセールス力の飛躍的な向上に期待しています。

開催機関

静岡信用金庫
沓谷支店 支店長
村山明氏



成功ポイントは主に3点と考えます。1点目は、株式会社大晃様と当金庫との関係性です。昭和50年代よりお取引をいただき、**常日頃から社長様と定期的に面談を重ねるなかで、本業に関する様々なご相談をいただける関係**にあったと感じております。当社の経営課題や将来像、社長様の悩み事や熱意を理解していたことから、専門家の知見を生かしたサポートが受けられる「第3回 静岡市新現役交流会」は、様々な経営課題を整理し解決に導くための有力なツールとなると考え、活用事例を例示しご案内をさせていただきました。2点目は、伴走支援体制です。**新現役交流会の面談後、ミラサポによる専門家派遣（現：中小企業119）を活用し、全ての面談に支店長が同席しました。**これにより、課題解決までの道のりが具体的かつ鮮明となり、その後の民民契約に至るまでの相談相手としても、社長様と深度ある対話を重ねることができました。3点目は、社長様と社員様の熱意です。現在も、民民契約は継続中ですが、両者のベクトルが一致しているからこそ、この取組みが有意義なものになったと考えます。

当金庫は2022年3月に創立100周年を迎えました。100周年スローガン「そうだん力が、せいしん力。」を具現化し、今後も「相談力」に磨きをかけてまいります。