

●ロカベンを活用したことで現状の問題点に気づき、 新たな一歩を踏み出す「お餅屋さん」

企業側情報

- 商号 : 大林製菓株式会社
- 住所 : 〒021-0011
岩手県一関市山目町1丁目7-12
- 業種 : 食品製造販売
- 従業員数 : 11人
- 資本金 : 500万円
- 代表者名 : 大林 学
- URL : <https://obayashi-seika.co.jp/>

支援機関情報

- 商号 : 一関商工会議所
- 住所 : 〒021-0867
岩手県一関市駅前1
- 業種 : 支援機関(商工会議所)
- 代表者名 : 小岩邦弘
- URL : <https://ichinoseki-cci.com/index.html>

ロカベン活用前の状態

●事業内容

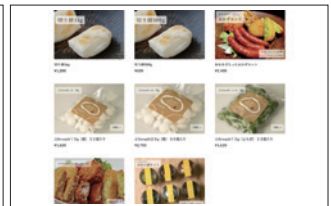
当社は、昭和元年頃に創業、2019年7月に法人成りした、餅製品の製造販売業者。餅文化を有する一関市内のスーパーや飲食店、近隣のパーキングエリアや道の駅が取引先。これらで販売される一関圏の餅関連製品の約8割のシェアを、当社の製品が占める。

近年では、市内研究機関である岩手県南技術研究センターと共同で、新しい餅商品の研究・開発を行うほか、OEMによる商品開発・販売にも取り組んでいる。

●ロカベン活用の狙い

事業承継を行って間もない状況であり、先代が営んでいた事業をそのまま引き継いだだけの状態であった。

ローカルベンチマークを活用することで、これまでの経営をリセットして考えることが出来るのではないかと思い、一関商工会議所からの「ロカベンやりませんか?」という誘いにのった。



対話の視点

一関商工会議所の視点から

- ①地域にとって中核となる企業の事業をよく理解する
- ②今後、支援機関として継続的な支援を行うために必要な準備を整える

対話結果

明らかになったこと

経営の強み

- ・紹介などにより新規先の方から受注が入る
- ・無添加でふわふわの餅を製造できる
- ・体に良くて美味しい品質
- ・県南技術センターとの共同研究により、ナノバブル技術で特許取得

経営の課題

- 【営業面】
- ・外部への発信力強化、IT活用による消費者向けの販促推進
 - ・一般ユーザー向け(首都圏向け)の認知度向上
 - ・パッケージデザインの改良

【生産技術面】

- ・製造のキャパシティー増
 - ・食品ロスを減らすための技術開発・活用
- ↑ ↓
- ・営業面や生産技術面の課題解消を進める人財育成
- ↑ ↓
- ・以上を推進していくための、当社理念の整備と社内への浸透

対応策

【営業面】

- ・認知度向上・ブランディング

【生産技術面】

- ・製造キャパシティー増強

【人財育成面】

- ・もち食コーディネーターなど、認知度向上を担う社員を育成

【理念】

- ・当社理念の明文化など、理念の整備と社内浸透を進める

対応策の実施

ロカベンで明らかになった強み

- 紹介などにより新規先の方から受注が入る
- 体に良くて美味しい品質
- 無添加でふわふわの餅を製造できる
- 県南技術センターとの共同研究により、ナノバブル技術で特許取得

先代から培ってきたお客様からの信頼が安定的な経営に繋がっている状態ではあるが、逆に考えると、自分たちから能動的に自分たちの良さを伝え、新市場の開拓を行っていく必要性に気づいた！

ロカベンで明らかになった現状に加え、将来目標を踏まえた計画が、岩手県の「令和2年度経営革新計画」として承認。
・テーマ【新商品「ふわmochi」の展開と販路開拓の強化】

対応策①：営業面

認知度向上を中心施策として、「パッケージや包装デザインの改良計画策定と実践」また、それに合わせた「マーケティング計画の策定（ふわmochiの認知度向上など）と実践」を、外部との協調を通じて実施する。

対応策②：生産技術面

協力企業との協調による製造キャパシティー増強を進める。また、ムダの無い流通実現のために、冷凍保管なども出来る倉庫の確保に向けた計画を策定する。

対応策③：人財育成面

餅文化認知度の向上のために、もち食コーディネーターなど、認知度向上を担う社員を育成する。またセミナー参加など自己啓発を自主的に促す風土を形成する。さらに新卒社員の採用にも取り組む。

対応策④：理念

当社理念の明文化など、理念の整備と社内浸透を進める。

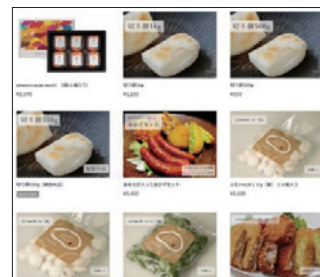
対応策実施後

効果

- ローカルベンチマークのシートをもとに、社員と何が強みで何が課題なのか、これからどのようにすればよいかについて話し合い、認識を共有することが出来た。
- 新商品開発・提供先開拓
 - ・R3年4月からJAL国内線ファーストクラスの機内食として「amazon cacao mochi」が提供されることになる。
- ECサイトを構築し、個人向けの自社ブランド商品を販売開始。SNSなども活用し、ブランディングを実施。



amazon cacao mochi



ECサイトをスタート

経営者／支援者の声

経営者の声

当社は、餅食文化のまちであり、餅の聖地でもある一関・平泉に店舗を構える創業90余年の「お餅屋さん」です。ロカベンを活用し自社分析を行ったところ、自社の課題が見えました。「全く営業活動をしていなかった」という、こんな根本的なことさえ気づいてなかったことに、大変驚きました。ロカベンに取り組んだことを契機に、営業活動を展開し、商品のブランディングにも努めた結果、JALのファーストクラスの機内食に採用されました。

支援者の声

ローカルベンチマークを基にしたヒアリングに取り組み、知的資産を中心とした目に見えない企業の価値が顕在化され、事業に関わる様々な要素を立体的に把握することができました。業務フローを確認しながら深堀を行うヒアリング手法により、企業のルーツや理念を多角的に整理・確認することができたので、今後の計画作成支援における基礎分析などでも活用していきたいです。