



自信ある商品をたくさんの人に届けたい 売り方ひとつで大きく飛躍

まずチャレンジする
行動力が大切です。

コーディネーター
(流通専門家)
エキスパート

仙台商工会議所
中小企業支援部 復興支援チーム

えんどう みつよし
遠藤 光好 さん(商社OB)

できることから
アドバイスを実践。
視野が広がりました。

豆腐
製造・販売
相談者

菅野食品株式会社(宮城野区)
取締役

かんの よしえ
菅野 叔枝 さん



特集

仙台商工会議所 伊達な商談会で 販路開拓の ヒントを つかもう!



新しい販路を
見つけたい...

仙台商工会議所
コーディネーター
(流通専門家)が
相談対応!

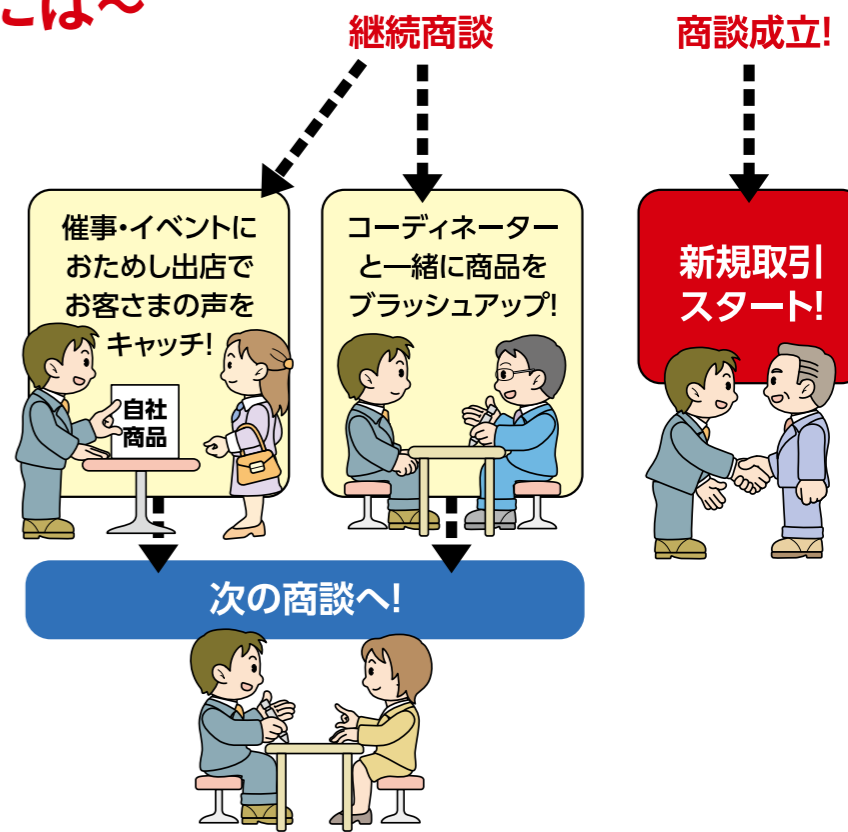


伊達な商談会

~自社商品の強みを 伸ばすには~

東日本大震災以降、仙台商工会議所で特に力を入れている販路回復・開拓支援事業。本事業は、さまざまなテーマで行う「伊達な商談会」の開催を中心に、専属のコーディネーター(流通専門家)が商談の仕方から商品のブラッシュアップまであらゆるご相談に対応して、皆さんの販路開拓をサポートしています。

今号では、コーディネーターと一緒に会社と商品のレベルアップに取り組む皆さんと、伊達な商談会に参加するバイヤーのお話を聞きました。



菅野 これまで当たり前のこととしてやってきた、吟味した材料を使い、手づくりで丁寧に仕上げるといって、量産するの、社員を増やしたりするのは、ちょっと違うなと思っていました。ただ「伊達な商談会」に参加し

菅野 当社が明治2年に創業して140年余り続いている豆腐屋です。震災後、偶然、会議所さんの記事を目にし、相談してみました。そこで、遊休機械のマッティング支援や、被災企業の販路開拓事業などを行っていることを知り、コーディネーターさんがいらつしやるということになり、アドバイスを伺うようになりました。振り返ってみると、うちの工場長がつくった新商品の「大豆畑のスムークとうふ」が、私たちを商談会に連れて行ってくれたんだと思います。

遠藤 サクラのチップで燻(いぶ)した豆腐ですね。専門家の評価が知りたいたいと、初お披露目していただいたのが「伊達な商談会」でした。チーズのようにコクがある豆腐なんて他にはない商品です。し評判は上々です。今も引き合いが多いのですが、菅野食品さんではバイヤーさんが望む量をつくるのができなかった...というよりも、それをしない道を選ばれませんでしたね。

菅野 そうですね。それまで当たり前のこととしてやってきた、吟味した材料を使い、手づくりで丁寧に仕上げるといって、量産するの、社員を増やしたりするのは、ちょっと違うなと思っていました。ただ「伊達な商談会」に参加し

菅野 たくさんのことを勉強させていただき、視野が広がりました。
遠藤 あるバイヤーさんから、御社の「三角揚げ」にタレを付けて販売してみたい、どうかとアドバイスをいただいたので、すぐに実践されましたね。
菅野 そうなんです。宮城ではメジャーな「三角揚げ」も、首都圏ではどうやって食べれば良いのか分からない人も多いので、焼いてすぐに食べられるようにとタレを付けたところ、売れ行きが伸びました。

遠藤 銀座の百貨店での試食販売は、初め参加することを躊躇していましたが、思い切ってやってみて良かったのではあませんか。
菅野 まず、銀座という華やかな場所、昔ながらの商品に興味を持ってもらえるのが不安でしたし、商品の特徴をうまく伝えられるだろうかとも思っていました。それをバイヤーさんにお伝えしたら、百貨店の教育を受けた販売員の方にお手伝いしていただくことになりました。コブ



商談会参加のきっかけとなった「大豆畑のスムークとうふ」。菅野食品では、食べ方の提案も含めて商品のプロモーションをしている。

遠藤 差別化すれば価値が評価される、という体験が一つの自信になったのではないのでしょうか。そのあとパッケージを見直したんですね。
菅野 そうですね。

遠藤 現社長のおばあさままでいらつしやるハルさんのロゴを入れたラベルを商品に貼ることで、140年の会社のストーリーを目からも訴えられるようにしたわけです。学習したものをその都度すぐに整理して、やれるところからチャレンジされるのは、非常に良いことだと思います。
菅野 遠藤さんには、いつも新しい視点を教えていただいています。これからも、よろしくお願ひします。

遠藤 もちろんベースは「商品」なのですが、今はツイッターなどのSNSをはじめ、新しい売り方の「手法」がたくさんあります。さまざまな手法の掛け算が販路につながっていきまますので、「ちょっとやってみたいんだよね」ということがあれば、我々コーディネーターがお手伝いします。ぜひ商工会議所に「相談ください」。



背中を押されて、
新しいことに
挑戦できました。

オーダーメイド婦人服店・
洋裁教室経営者
相談者

アトリエ.AKIKO(青葉区)
代表

武田 彰子 さん

コーディネーターと二人三脚で取り組み 新しいお客さまとの接点を拡大

お客さまのニーズを
肌で感じる「接客」を
提案しました。

コーディネーター
(流通専門家)
エキスパート

仙台商工会議所
中小企業支援部 復興支援チーム

前嶋 篤 さん(百貨店OB)



武田 オーダーメイドの婦人服店と洋裁教室を運営していますが、昨年4月に消費税が8%になり、そこから売り上げが激しく冷え込んでしまいました。裁縫教室には、たくさん生徒さんが通つていらつしやいますし、社員もおりますので、経営者の責任としてやめるという選択肢はありませんでした。何をすればこの窮地から脱却できるのか分からなくなつてしまつたんです。それで、以前、会議所さんのエキスパート・バンクを利用して専門家のお力を借り、洋服デザインの商標登録までできたことがありましたので、「これはもう一度、会議所さんに相談するしかない」と思つたんです。

前嶋 昨年の5月、百貨店さんとの商談会に参加した時、武田さんは「商材はあるので、百貨店の通信販売の商品として扱ってもらえないか」というご希望を持っていらつしやつたんです。しかし、当時担当していた武藤コーディネーターは「商品の特性上、通信販売ではなく、作者と作品を前に買い手とのコミュニケーションが何よりも有効」とアドバイスをしたんです。

武田 そうなんです。私自身、営業活動をしたことがなかったので、商品の良さをきちんとお伝えできるのか、とても不安でした。でも、コーディネー

ターさんが間に入ってくくださったので、安心してバイヤーさんとお話することができました。

前嶋 バイヤーさんとの出会いが、その百貨店で翌年2月に開催された催事への参加につながつたんですよ。

武田 そうなんです。おかげさまで、私には無理と思つていた百貨店での店頭販売ができませんでした。私はアトリエに来てくださるお客さまにデザインや生地の説明をするのは楽しくて好きなのですが、不特定多数の方

が来られる場所での販売は苦手なんです。でも、初対面の方に商品の説明をするのは、良い経験になりました。

私は臆病なところがあるので、「こんなに丁寧に丹精込めたりつくりで、センスの良いものなのだから大丈夫」と言つていただき、背中を押していただき

たからやれたのであつて、一人ではとてもできなかったと思います。催事では、売り上げも目標額近くまであげることができましたし、そこで出会

つたお客さまが、いまではアトリエにも来てくださるんですよ。

前嶋 武田さんがつくられてるもの自体、生地からデザイン、着心地、製法の技術、すべて質の高いものです。また、袖(つむぎ)や辻が花といった着物の生地を洋装にアレンジするアイデアやデザイン、技術もありま



センスが光る華やかな洋服が並ぶアトリエ。「これからも商工会議所を活用してチャレンジを続けていきます」と話す武田氏。

伊達な商談会は バイヤーにとっても 魅力的な発見の場です。

バイヤーさんからお話を聞きました

WIN-WINな関係を構築

お話を伺ったのは、バイヤーとサプライヤーのつなぎ役として「伊達な商談会」に参加しているネクセリア東日本の皆さん。同社はNEXCOC東日本グループの一員として、サービスエリアやパーキングエリア(以下、SA・PA)内の商業施設の管理運営を行っています。泉さんは、地域との連携を目的に、特産品を積極的に取り扱う『地域のショールドウ化』に取り組んでいます。

この商談会の印象について、「地元にながら、これまで知らなかった商品や食材を使ったものに会えることができず」と話すのは泉さん。「期待値は参加することによって上がっている」そうです。寺井さんは「テナントさんとサプライヤーさんの声を聞くことができるよい機会。商談会を通じて、両者のマッチングを高め、弊社も含めてWIN-WINな関係を構築していきたい」と話します。「商工会議所が行う商談会という信

ネクセリア東日本株式会社
東北支店 事業部 営業課



泉 夢花 さん



寺井 香菜子 さん



井之上 祐香 さん

頼感は大いなんです」と話す井之上さんは、この商談会で構築した商工会議所とのつながりを生かし、菅生PA下り線第1・第3土曜、日曜に開催されている『来ては祭(きてけさい)』という催しを手掛けています。「地元のおいしさに出会う場所」をコンセプトに、PA内催事スペースで行っているのですが、こちらで販売する商品を商工会議所さんから紹介いただいています(井之上さん)。伊達な商談会から生まれたつながりが、新たなメリットを生み出した好例です。

「何でか買えない」商品を

伊達な商談会の内容をより充実させるには、サプライヤーは、どんな点に注意をすれば良いのでしょうか。

「何回か参加すると、同じバイヤーさんと商談する機会もあると思います。その度にバイヤーさんはこうした方がいい、こんな商品がほしいと要望を出し、サプライヤーさんは改善を重ねて次

の商談に臨むと思うのですが、そのとき、どこを改善したのかをより明確にアピールしてください。その熱意がバイヤーさんにも響くと思います」と寺井さん。泉さんは「商品には開発のストーリーがあるとしますので、それをぜひ聞かせていただきたいですね。また高速道路では、どこでか買えないなど希少価値のある商品が好まれる傾向がありますので、そういった商品を積極的に売り込んでいただきたいと思っています」と話します。井之上さんは「お客さまが買われるシーンもご提案いただけると、テナントさんも売りやすいので、商談が成立しやすくなるのでは」と付け加えます。

次に新しい風を吹かせるのは あなたかもしれない!

最後にサプライヤーの皆さんにメッセージをいただきました。

「あのSA・PAにしか売っていないから、寄ってみよう」と思っていただけ

るような、魅力的な商品の提案をお願いします(泉さん)。

「商談会に積極的に参加していただき、弊社の目指す『地域のショールドウ化』の推進にご協力ください。よろしくお願ひします(寺井さん)。

「いろいろな商品があることで、活気ある売場になっていくと思いますし、新しい商品が入ってくると売場の鮮度も上がりますので、いままでも商談会にご参加いただけない方にもご参加いただき、東北のSA・PAに新たな風を吹かせていただければありがたいです(井之上さん)。

伊達な商談会には、『売れるポイント』を知り尽くしたバイヤーが揃います。すぐ成約に結びつかなくとも、自社商品の強み、弱みを知るチャンスも広がりますので、ぜひ、ご活用ください。販路回復・開拓支援事業に関するお問い合わせは左記まで。

仙台商工会議所 復興支援チーム
TEL 265-8129