

経営発達支援計画策定推進事業

専門家との連携による個者支援、
商談会等出展を通じた販路開拓

報告書

2022年2月

滝沢市商工会

目次

I 事業の概要	1
1. 目的	1
2. 概要	1
II 事業者支援の状況	3
1. 実施経過	3
2. 支援担当及び専門家	3
3. 事業実施の経過	4
III 事業者の現状と課題及び支援内容	5
1. 有限会社 九戸屋肉店	5
2. 焼肉ハウス OK牧場	8
3. 初駒 盛岡インター店	9
4. いわて赤牛 伊藤牧場	10
5. 株式会社モンゴル未来	12
6. 株式会社パティスリー津志田	14
7. 有限会社関添食品工業 田楽茶屋	16
資料：岩手県産品の需要動向	18
1. アンテナショップの状況	18
2. 通販の状況	20
3. 物産展	21
4. 各営業所の状況	21
5. ポストコロナの現状把握と今後の見通し	21

I 事業の概要

1. 目的

本事業は、『経営発達支援計画』の「需要動向調査」及び「新たな需要の開拓」に向けた取り組みとして、商談会及びミニ商談会においてバイヤーニーズを把握し、商品のブラッシュアップ支援などのアフターフォローを行い、新規成約をめざすことを目的としている。

本年度は、コロナ禍の下での対応、アフターコロナを見据えた取り組みについて、各事業者の状況に応じた伴走型支援が求められる状況の中での事業実施となった。

2. 概要

本年度の事業実施にあたり、支援対象となる事業者について、これまで本商工会として個者支援を行ってきた経緯や巡回指導等から把握された課題の状況をふまえ、候補のリストアップを行った。

支援対象事業者

事業者	所在地	営業内容
有限会社 九戸屋肉店	岩手県盛岡市月が丘3丁目 29-16 (工場：滝沢市巣子 1189-28)	精肉・加工品製造販売
焼肉ハウス OK牧場	岩手県滝沢市後 268-1824	飲食店・食品加工(計画中)
初駒 盛岡インター店	岩手県滝沢市大釜上竹鼻 75-5	飲食店・惣菜加工販売
いわて赤牛 伊藤牧場	岩手県滝沢市柳沢 1860	肉牛生産・精肉加工品販売
株式会社モンゴル未来	岩手県盛岡市高松 4-7-67 (牧場：滝沢市砂込 912)	羊肉生産・精肉加工品販売
株式会社パティスリー津志田	岩手県滝沢市巣子 1185-18	菓子製造販売
有限会社関添食品工業 田楽茶屋	岩手県滝沢市巣子 180-2	惣菜製造販売・飲食店

(1) 商談会の出展支援

それぞれの状況について、巡回指導や個別相談等の内容から本会の各経営指導員らの把握している状況を整理し、各事業者について、①商談会（仙台）への出展、または、②バイヤーによるミニ商談会（当商工会主催）への参加の意向を打診し、対応が可能であるかを検討した。

その結果、各事業者共に、①及び②への対応は困難との状況であるとの判断となり、令和4年度の①または②及び盛岡で開催される商談会への出展を視野に、個別事業者の訪問による相談、課題解決に向けた指導を実施することとなった。

(2) 商品需要動向調査及び商品開発・ブランドづくり支援

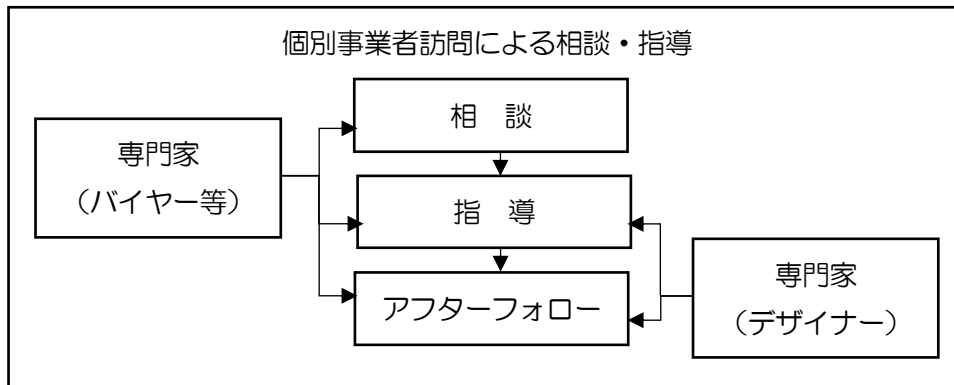
各事業者の状況に応じて、関連した需要動向に関する情報の提供、商品づくりやブランドづくりに関する支援を行うものものとした。

また、具体的な商品づくりにあたってのラベルやリーフレットの作成などを必要とする事業者には、商品の傾向に合ったデザインの支援を行った。

(3) 実施報告書の作成

本事業の推進にあたって、複数の専門家からの支援を受けるとともに、実施経過については報告書としてのとりまとめを行った。

本年度の取り組み



II 事業者支援の状況

1. 実施経過

本年度の事業実施に関して、打合せ及び訪問による相談、指導、アフターフォロー等の実施状況は、以下のとおりである。

各事業者に対する支援の状況

事業者	相談	指導	アフターフォロー	目標
有限会社九戸屋肉店	◎	◎	◎	ふるさと納税返礼品
焼肉ハウス OK牧場	◎	◎	○	
初駒 盛岡インター店	○	◎	○	ふるさと納税返礼品
いわて赤牛 伊藤牧場	◎	◎	◎	岩手県産(株)との取引開始
株式会社モンゴル未来	◎	◎	◎	ふるさと納税返礼品
株式会社パティスリー津志田	○	◎	○	
有限会社関添食品工業 田楽茶屋	○	◎	○	

注) ◎：経営指導員＋専門家による指導、○：経営指導員による指導

2. 支援担当及び専門家

本事業の主担当及び支援者（専門家）については、以下のとおりである。

担当者及び専門家

区分	担当者	分野
経営指導員	石川則一	滝沢市商工会（主担当）
	齋藤陽一	〃（副担当）
専門家	熊谷智義／合同会社地域計画代表	事業計画、マーケティング
	吉田哲雄／岩手県産品アドバイザー	需要動向、商品開発、販売促進、デザイン
	高橋幸男／合資会社高橋デザイン事務所代表	C I ・ ロゴ、パッケージデザイン

3. 事業実施の経過

事業の経過

日付	内容	備考
11月22日	事業者相談及び指導、事務局打合せ	滝沢市商工会
12月7日	事業者訪問による相談	滝沢市内
12月8日	事業者訪問による指導、支援の検討	滝沢市内、滝沢市商工会
12月10日	事務局打合せ	滝沢市商工会
1月13日	事務局打合せ	滝沢市商工会
1月31日	事業者訪問による指導	滝沢市内、滝沢市商工会
2月9日	需要動向に関する説明、事業者指導	滝沢市商工会
2月14日	事業者アフターフォロー	滝沢市内
2月15日	事業者アフターフォロー	滝沢市内
2月16日	事業者アフターフォロー	滝沢市内
2月17日	事業者アフターフォロー	滝沢市内
2月18日	事業者アフターフォロー	滝沢市内

Ⅲ 事業者の現状と課題及び支援内容

1. 有限会社 九戸屋肉店

(1) 住所等

住所：〒020-0121 岩手県盛岡市月が丘三丁目 29-16

TEL：019-641-3080、0120-141293 FAX：019-643-7518

営業時間：10:00～19:00 定休日：毎週水曜日、元旦、1月2日

九戸屋肉店工場・・・〒020-0611 岩手県滝沢市巣子1189-28

電話：019-688-2810

(2) 代表・営業内容

代表取締役：小井田 幸一 氏

営業内容：食肉販売（業務用卸・一般小売）、惣菜製造販売、食肉製品製造業

(3) 現況

昭和45年の創業以来、常に地元生産者と一緒にあり、より安心安全な食肉の提供に積極的に努めている。「零石牛」「もりおか短角牛」や「もりおかあじわい林檎ポーク」、「南部かしわ」など、地元産にこだわって社長自らが信頼できる肉だけを取り扱っている。

滝沢市より、ふるさと納税返礼品の業者登録、商品開発について打診があり、現在商品の試作として、牛肉や地元産の農産物を使った加工品づくりを進めている。

牛肉の加工品として、県内産の岩手牛を使用し、①レンジで温めて食べることができるビーフシチュー、②牛すじの煮込みについても、商品化したい。

また、農産物の利用は、紅玉（小山田農園）・さつまいも・カボチャを原材料に使った③肉の入らないコロッケ（スイーツ風のもの）を試作している。

今後、納税額に合わせた規格、包材、パッケージデザイン等検討したい。

また、岩手県産株式会社の「いわて食の商談会 in 盛岡」等への出展、通販のカタログへの新商品の提案についても、検討したい。

(4) 課題

ふるさと納税返礼品に向けた商品開発を急ぎ、滝沢市に提案（申請）したい。

上記、各品目の商品化及びセット企画を考えたい。

(5) 支援策等

ふるさと納税の返礼品としての商品開発を支援するものとした。そのため、商品規格及びパッケージデザイン等、専門家による支援について提案した。

また、今後に向けては、令和4年度の商談会（いわて食の商談会 in 盛岡（6月予定）など）に向けた支援を継続する事となった。

具体的な内容は、以下のとおりである。

【商品規格の検討】

レンジで温めて食べることができるビーフシチュー及び牛すじの煮込みについては、電子レンジ対応のパッケージとし、冷凍品の扱いであれば、商品化が可能と思われる。レトルト加工に比べ、美味しい商品となるので、その点は強みになる。

肉の入らないコロケは、精肉店の商品として面白いものとなる。しかし、惣菜としてのコロケの方が消費者には分かりやすいだろう。もし、「おやつ」としての商品づくりをするのであれば、形を「たわら型」とし、サイズを小さくすると良いだろう。その場合の商品構成としては、りんご（紅玉）、かぼちゃ、さつまいもというように、分けた方が、素材の違いがはっきりとして、良いのではないか。スイーツとしての商品展開であれば、形についても「リンゴ型」とし、カボチャで葉っぱを付けるなど、工夫の余地があるが、少し手間のかかるものとなる。

ふるさと納税返礼品の場合、納税額×3割の設定となるので、10,000円、20,000円など、納税額を想定して、いくつかの商品を検討する必要がある。

【パッケージデザイン】

ふるさと納税返礼品であれば、店頭で陳列する訳ではないので、シンプルなもの構わないと思われる。ただし、発送する際に一緒に入れることができるように、商品を紹介するリーフレットは必要である。

電子レンジ対応のパッケージに入れたものを数個まとめて、アルミ袋に入れ、そこに商品シール（表面）と一括表示ラベル（裏面）を貼り付けるという方法がある。ただし、1個ずつ店売りする場合は、この方法は使えず、それぞれの表と裏にシールとラベルを貼る必要がある。

【商談会への出展】

令和4年度の商談会、当面、いわて食の商談会 in 盛岡（6月予定）など、商談会出展に向けて、情報提供と出展希望に応じた支援を行う。出展の場合、誰に何を売っていきたいか事前に設定することが重要なポイントとなることから、検討が必要である。

出展申込みのタイミングに合わせ、誰に何を売っていきたいかの検討を行い、事前に「商談会シート」を作成する必要がある。また、新しい商品に関しては、バイヤーに向けた説明資料の準備についても検討する。

【通販向け、その他】

岩手県産（株）の通販には既に商品が入っているので、今回の新商品の状況によっては、入れ替えのタイミングに新企画として提案する余地があるかもしれない。現状の商品がどの程度動いているのか。入れ替えが必要なタイミングなのか、確認の上、準備を進める。それに合わせて、必要な支援を行う。

岩手県のアンテナショップ（盛岡、東京）であれば、ハンバーグやローストビーフなどが売れている。また、ビーフシチューや牛すじの煮込みについても、売れる可能性があると思われる。



写真 ビーフシチュー（左）と牛すじの煮込み（右）、電子レンジ対応パッケージ



写真 牛すじの煮込み

2. 焼肉ハウス OK牧場

(1) 住所等

住所：〒020-0601 岩手県滝沢市後 268-1824

電話：019-688-6005

営業時間：AM11:00~PM10:00 ラストオーダー PM9:30 定休日：木曜日

最寄りIC：高速道路西根ICより車で5分 設備/席数：80席、駐車場50台

(2) 代表・営業内容

代表：大橋場 けい子 氏

営業内容：当店は、炭火でおいしい焼肉がバーベキュースタイルで楽しめます。こだわりの冷麺、手作りキムチは大人気でおススメです。ライスもおかわり自由でお腹いっぱいお召し上がりいただけます！店内はホールのテーブル席とお座敷席があります。ホールには約50人が入りますので、ご宴会や各種パーティーもご予算に応じて承ります（以上、HPより）。

(3) 現況

従業員数は10人。大学生アルバイト3人含む5人で対応している。定休日は、木曜日、12/31 母役占めるが現実から営業している。

コロナの影響で売上は落ちているものの、18%減に止まっており、20%を超えた場合に対象となる支援金の対象外で、苦しい状況にある。

支払いにクレジットカードを使うケース、PayPa 払いが増えており、手数料、代金の回収が遅れること、いずれも苦しくなってきた。

食事メニューに提供している「つぼキムチ」について、現在、持ち帰り@850円/個で販売している。独自のレシピで、保存料を用いていないため、日持ちはしない。お客さんからは好評である。

キムチは常に作っており、日持ちは、夏場1週間、冬場は2週間程度である。

なお、滝沢市のふるさと納税返礼品が少ないことから、商品化できれば、登録して供給することも可能と考えられる。

(4) 課題

持ち帰りキムチを商品化して販売したいとの意向であった。しかし、現状は、厨房の一角で作っている状況のため、つけ込み、保存など、別のスペースが必要と考えられる。

(5) 支援策等

【漬物加工業の検討支援】

漬物加工に関する専門家から、必要とされる施設、設備、製造工程と管理など、助言を受ける必要があることから、タイミングをみて、県連の専門家派遣を利用する方向で段取りを組む。

その結果をふまえて、今後、どのような対応が可能か検討する。

3. 初駒 盛岡インター店

(1) 住所等

住所：〒020-0773 岩手県滝沢市大釜上竹鼻75-5
ひな野 盛岡インター店、とんかつあけと 盛岡インター店：
電話：019-687-5001 営業 11:00~20:00
初駒本店：〒020-0872 岩手県盛岡市八幡町10-21

(2) 代表・営業内容

代表取締役：今野 敏博 氏
営業内容：わんこそば、仕出し・宅配弁当、惣菜加工・販売

(3) 現況

コロナ禍に対応したテイクアウト惣菜として、生と冷凍の餃子4品の商品開発を行い、店頭で販売している。機械生産のため、物産展、通販、ギフト対応なども可能な状況ということである。
たれの開発について、宮田醤油と共同開発を進めている。
八幡の本社とは別会社の形態をとり、連携している状況である。
今後、補助金を活用して、新しい展開を検討している。

(4) 課題

食材について、より地元産にこだわった内容に変えるなどで、通販対応も可能と思われる。また、地元産の材料を使用したふるさと納税返礼品としての商品開発を検討する。
現状のネーミング「ぽんぽこ」に地名を付けるなど、検討の余地がある。

(5) 支援策等

【地元産商材を使用した商品開発】

現在の販売状況、商品の原材料の状況、製造能力など、詳細な商品情報の確認を行う。
今後の展開方向について、再度、やりとりして、事業計画の検討に向けて支援を継続する。
特産品としての展開をめざす場合は、地元産のリンゴ、豚肉、野菜など、食材のこだわりが必要となることから、検討を進め、滝沢市のふるさと納税返礼品としての条件を満たすような商品づくりを支援する。



テイクアウト専用新商品「ぽんぽこ餃子」

4. いわて赤牛 伊藤牧場

(1) 住所等

住所：〒020-0612 岩手県滝沢市柳沢1860

TEL：019-688-3528 / FAX：019-688-3528

(2) 代表・営業内容

代表：伊藤 忠 氏

営業内容：岩手山ろく漢方和牛の肉販売

販売は、自社サイト、チャグマルシェ、ふるさと納税返礼品など。

(3) 現況

漢方和牛は「褐毛和種」という品種で、元々赤身の強い牛である。肉質は、概ね黒毛和牛と短角牛の間である。短角よりも固くない、黒毛よりも脂っぽくないというのが一つの特徴となっている。

漢方の餌は、一関の百年本舗という会社に委託をして作っている。漢方和牛のグループでは、出荷の8ヶ月前に牛に食べさせている。そうすると、特徴として肉がさっぱりする。臭みも少ない。

牛肉自体も販売しているため、主に年配の女性の方々に、「今までは牛肉食べられなかったけれども、食べられるようになった」という反応がある。

どちらかという今、首都圏の消費者には赤身がブームということもあり、何とか商品化して販売という形にしたいと考えた。3年前、学生さんの検討した案として、缶詰加工というアイデアもあった。伊藤牧場としては、学生さんの考えた商品を、1つでも2つでも商品にしたいという気持ちもあった。漢方と牛のグループ自体も、缶詰を作るという機会もあったので、商工会の協力も得ながら、パッケージデザインなど指導頂いて今に至っている。

餌に配合している14種類の漢方は、漢方と牛グループの代表が20年前試作をしながら作り上げたもので、具体的には、「クワの葉、クマザサ、そばの実、ハブ茶、ステビア、米ぬか、クコ、サンザシ、ナツメ、ロッカク靈芝、エゴマ、エゴマの実」等である。

加工、販売について、当初は一頭買い(140~150万円/頭)だったが、売れ残りが生じることから肉問屋が先に仕入れてその中からハパーツ肉を入手する方式に変更した。その後、盛岡市本宮のエスエス商事に、整形、ブロック肉、スライス、ローストビーフ加工などを委託し、販売用としている。

牛肉の大和煮とハンバーグ(120g)は、宮城県内で加工している。これらは、サーロインステーキ用やもも肉のすきしゃぶ用スライスとともに、ふるさと納税返礼品となっている。

ふるさと納税返礼品の商品

納税額	返礼品	価格
30,000円	サーロインステーキ用(270~280g×2枚)	9,000円
20,000円	もも肉ステーキ用	
	もも肉すきしゃぶ用スライス(400g)	
10,000円	牛肉大和煮缶詰(2個セット)	2,700円
	ローストビーフ	

肉質については、小さいサシが入る状態としている。和牛と短角牛の間となる。

現在、飲食店に納めているのは、盛岡市内2店舗（サーロイン／挽肉）、仙台1店舗（ヒレ・サーロイン）、東京2店舗（スネ・ネックなど）である。

今後、ネット販売、産直通販、業務用卸の方向で販売を強化していきたい。

（4）課題

岩手県産株式会社とは、商談会展出時に、缶詰の件で提案を頂いていたが、その先に進めることが出来ていなかった。このため、ギフト商品、通販、店舗での販売など、再度納入に向けての商談を希望したい。また、口座開設の手続きが必要ということで、そのままになっていたため、窓口を紹介頂きたい。

商品開発については、ハンバーグやローストビーフなど、他社でも売れているものがあれば、それらを中心に、委託加工による商品化と販売を検討していきたい。

今後のネット販売、産直通販の売上増に向けて、知名度向上、消費者に知って頂くことが重要なポイントとなるので、HPの更新やSNSを活用した情報発信について、専門とする事業者の協力を得て、充実させていきたい。

業務用卸についても、情報発信の充実が課題である。

（5）支援策等

今後の販路拡大、売上増に向けて、以下の方向性を改めて整理した。

【ふるさと納税返礼品】

ふるさと納税返礼品については、対応が容易で、利益も見込めることから、情報発信を進めることで、さらに伸ばすことが可能と思われる。

【岩手県産株式会社を通じた販売】

岩手県のアンテナショップ（盛岡、東京など）での販売、通販、バーチャル物産展など、岩手県産株式会社を通じての販促について、担当者に相談する余地がある。

岩手県産(株)の口座開設については、担当者を紹介して、手続きを進めて頂く。

インターネットで情報を発信するとともに、岩手県産株式会社経由による販路拡大に力を入れいることが有効と思われる。

【飲食店向けの販路拡大】

インターネットを通じた情報発信の充実を図りつつ、県内の飲食店や宿泊施設などへの情報提供を充実させる必要がある。この点については、営業を兼ねた「ニーズ調査」を行うことも検討の余地がある。

【商談会への出展】

いわて食の商談会 in 盛岡（6月）や in 仙台（2月）などへの出展に向けて、継続支援する。なお、出展にあたっては、誰に何を売っていききたいか事前に設定することが重要なポイントとなることから、十分な検討が必要である。

5. 株式会社モンゴル未来

(1) 住所等

住所：〒020-0114 岩手県盛岡市高松 4-7-67（牧場：滝沢市砂込 912）

TEL：TEL019-618-0300 FAX 03-6369-3730

(2) 代表・営業内容

代表取締役：ラオグジャブ ムンフバット氏

羊飼育・中古自動車販売・輸入品の販売

(3) 現況

2019年、滝沢市内で酪農をやめた牧場（牧草地8ha、畜舎、トラクターなど一式）を借用し、めん羊（サフォーク種 20頭）を購入して、飼い始めた。

現在、収益を確保できるように、環境を整備するなどしながら、60頭まで規模拡大してきた。2021年春には、出産により90頭規模となっている。

羊肉としての販売を開始し、規模拡大を続けながら、持続的な経営を確立することを目指している。

今後、滝沢市内において、酪農家の離農した後の農地を活用し羊の飼養に転換することによって、農地の保全や有効活用を進め、持続的な農業経営と地域社会の活性化を目標としている。

(4) 課題

飲食店への供給、ふるさと納税返礼品、インターネットを利用した販売、滝沢市内の消費者向けの販売など、商品化を進めたい。

当面、ふるさと納税の返礼品として、市内の精肉店の協力を得て商品化を進めたい。

(5) 支援策等

商品化に向けては、いくつかの準備が必要となる。

岩手畜産流通センターで枝肉にし、滝沢市商工会の会員である精肉店で、業務用、消費者向けの商品づくりを行う。並行して、ふるさと納税返礼品としての登録を行って、注文を受ける体制を作っていく。受注に対して、商品を発送することについても、精肉店に依頼する方向で段取りを進める必要がある。

その際、事業としての継続性に関わる重要なポイントとして、それぞれで生じる手数料、経費について事前に見積り、どの程度の収益が見込めるか、試算する必要がある。

そのためには、①枝肉、精肉の各段階での歩留率を把握すること、②肉質について、専門家を交えた評価、検証を行い、妥当な価格の設定をすることが不可欠である。

以上、前提となる準備を進めるとともに、以下についても検討して、具体的な対応が必要である。

【ブランドづくり】

経営理念やめざす方向、生産にあたっての考え方や背景（理念、生産環境、背景、その他の情報整理）について、消費者に伝えていく必要がある。それらをふまえ、ロゴマークや商品シールやラベルのデザインなどの検討を進める。

また、生産面での特徴として、地元滝沢市産のリンゴを飼料として与えるなど、アピールする点も明確

にする必要がある。

【試食会の開催】

広く一般向けのものではなく、地元または近隣エリアのレストランシェフなど専門家を交えて、肉質の評価をして頂く機会を設け、どのランクに位置づけられる羊肉なのか、確認する機会を持つ。

【商品づくりの検討】

レストランなど飲食店向けの供給については、上記の品質評価に基づき、価格設定を行い、供給先を徐々に拡げていく。

ふるさと納税返礼品に関しても、価格設定によって、商品づくりが決まる。例えば、精肉として、しゃぶしゃぶ用スライスの商品化する場合、単価設定によって、1パック当たりの重量が決まることになる。また、精肉で扱いにくい部位（ウデ、バラなど）の加工品の商品化について、検討が必要である。これまでの検討の中では、肉味噌、バラベーコンなどが話題となっている。これらを加工する場合のコストと妥当な販売価格設定について、検討を要する。

インターネットでの販売を進める場合、価格がオープンになることから、慎重に進める必要がある。決して焦らず、価格設定が固まった状態での販売開始としなくてはならない。

【精肉事業者等との交渉】

いわちくとは、「手続き、段取り、搬入・引き取りの日程、料金（15,000円/頭）」調整を進める。肉の横沢とは、上記の「商品づくり、加工料金など手数料の相談」に向けて、日程調整を行う。

【販売イメージ】

2022年、2023年の販売目標について、仮の設定として、以下のイメージを示した。

年	方向性	目標
2022年 頭数：20	①飲食店への供給 ②ふるさと納税返礼品としての提供	目標売上高：300万円
2023年 頭数：50	①飲食店に向けた販売 ②ふるさと納税返礼品としての提供 ③インターネットを利用した販売 ④滝沢市内の消費者向けの販売	目標売上高：750万円



6. 株式会社パティスリー津志田

(1) 住所等

住所：〒020-0611 岩手県滝沢市巣子 1185-18

TEL：019-688-7310

営業時間：9:30~19:00

(2) 代表・営業内容

代表取締役：佐藤 一成 氏

洋菓子の製造・販売

(3) 現況

これまで、素材のチーズにこだわった各種「チーズケーキ」「日本一の村のチーズオムレット」「スイカゼリー」など、地元の滝沢産の素材も活用しながら、商品開発を行って販売してきた。

また、声がかかれば、可能な範囲で催事に出展していることから、それらを通じた消費者ニーズの把握、業界動向に関する情報収集も常時行ってきた。

自社の強みとしては、①地元産のおいしい素材を利用している、②チーズケーキの種類が10種以上、③地元のを求めるお客さんの傾向に対応するようにしていることなどが挙げられる。

2020年2月の「いわての食の商談会 in 仙台」出展では、様々な声を聞くことができ、参考になった。商談会の後、サンプルを送り、メールでやりとりしたところもあるが、成約に至っていない。サンプルの送付は手間がかかるので、むしろ、他社で行っていたように、サンプルを準備して商談会の会場で配布した方が楽であることが分かった。酒粕を原料につかった「吟醸ショコラ」については、年配のバイヤーからの評判は良かったものの、具体的な話には結びつかなかった。商談会出展を通して、どんな商品を持ち込んで売り込むか、どんな点をアピールするべきかなど、大変勉強になった。

コロナ禍以前は、イオン前湯店の催事などに出展していた。また、新しい商品開発をしたいと常に考えてきた。

ふるさと納税への返礼品として、3,900円の焼き菓子セットを出している。この商品については、徐々に取扱量は増えてきており、沖縄から北海道まで、全国に発送している。新商品開発も含め、今後も伸びる余地があると感じている。

(4) 課題

経営課題として、①売上げを伸ばすこと。そのための商品開発に取り組んでいること、②人手が不足しているが増やすと夏場の人件費が苦しくなること、③情報発信について、HPで発信したいが対応できずにいることなどが挙げられる。

新しい事に挑戦し売上げを伸ばすため、商品開発に取り組んでいる。人手が限られているので、店売りを中心にしつつ、外に出る事も大事と考え、一部催事へ出展する取り組みを継続している。

情報発信が重要と考えて、店舗の状況や商品の紹介など、SNSでの発信を行っているものの、店の特徴である原材料へのこだわり、主力商品を伝えるリーフレット、ホームページ等がなく、早急な対応が課題として浮かび上がった。商品についての情報発信が必要である。

(5) 支援策等

以下の取り組みについて、小規模事業者持続化補助金の活用など、改めて事業計画の検討を支援するなど、持続的な事業展開に向けた支援が必要である。

【商品開発の方向】

地元産商材を使った新商品については、お客さんの反応を見ながら、季節限定品等の扱いで販売することになると思われる。その際、価格設定に関しては、原価や複雑な工程、必要な時間など考慮して、検討する余地があるように思われる。

特に、商談会で提案する商品については、卸売が基本となることから、製造原価と卸売価格を想定した売価の設定が重要なポイントとなる。商談会出展に向けては、予め、価格設定に関する支援を行う。

また、得意とするチーズケーキ、アップルパイ、ロールケーキなどを基本に、季節の商品として、利益率の高い各種ゼリーや若い男性客にも人気の洋風わらび餅シリーズなど、SNS 等を活用した情報発信を充実させることで、自店における販促が可能と思われる。

【情報発信の充実】

商品パンフレット及びHPの作成、SNSとの関連付けなどについても、早急に検討する必要がある。

店舗で販売を予定している新商品に関しては、店頭でPOPを表示したり、SNSを利用した情報発信を行ったりするなど、販促に工夫が必要である。この点に関しては、専門家派遣の利用により、日常的に運用しやすくする支援が必要である。

【看板・駐車場案内】

店舗の看板が老朽化していること、駐車場表記の分かりにくいことなど、自家用車で往来する人を念頭においた改善すべき事があることから、小規模事業者持続化補助金の活用による対応など、検討する必要がある。



写真：紅玉のアップルパイ



写真：プレミアム酪農王国チーズケーキ

7. 有限会社関添食品工業（田楽茶屋）

（1）住所等

住所：〒020-0611 岩手県滝沢市巣子 180-2

TEL：019-688-4409

営業時間：（田楽茶屋）11:30～18:30、（直売所営業）7:00～20:00

（2）代表・営業内容

代表取締役：斉藤 宏 氏

（3）現況

創業の経緯については、1965年12月1日に、個人事業にて創業、その後、2010年に盛岡内丸店を開店し、現在2店舗を運営している。先代から事業承継を経て、2代目として経営を任された。事業内容としては、豆腐の製造・卸売・豆腐料理・お惣菜販売となっている。

企業理念は、地域に根ざした豆腐専門店として、手作りの美味しさ伝えたいということである。

豆腐は、大豆のすばらしい栄養を受け継いでいる加工品である。必須アミノ酸をバランスよく豊富に含み、良質のタンパク質や植物性タンパク質に不足のリンジン、コレステロールの心配がない脂肪リノール酸や大豆レシチン、サポニンも多く含まれている。おからも、豆腐に負けず劣らずすばらしい栄養がある。食物繊維の宝庫で、大豆オリゴ糖も含まれている。大豆オリゴ糖は、天然成分で腸内の善玉菌（ビフィズス菌）を高めて便秘を防ぎ、腸の健康を保つ。当店では、『おなかの見張り番』大豆オリゴ糖に注目している。

大豆は国内産の大豆を使い、岩手山麓の地下水で造った豆腐を供給している。塩からとった本ニガリで仕上げている。豆腐には若さと健康を保つ栄養素がいっぱい含まれていることから、「豆腐メニューを一日一品食べましょう。」ということで、消費者への普及を進めていきたい。

需要動向に関して、盛岡は、全国的に見ても豆腐の消費量が多いことで有名である。2015年の国体開催時には、おもてなし料理「お豆腐づくし定食」を発表した。希望郷いわて国体・希望郷いわて大会の開催にあわせて、“おもてなし料理「お豆腐づくし定食」”を発表し、市や観光協会の方々による試食会を開催し、その模様がテレビでも放送されて話題となった。惣菜や豆乳を使った加工品の需要が伸びていると感じており、今後の展開をめざしている。

（4）課題

新たな顧客の獲得について、課題となっている。既存商品のパッケージデザイン変更にあたって、若い方の目線によるアイデア提案を期待している。また、伝統食（お豆腐）を活用した料理や魅力を伝えるための情報発信の方法についても、今後の課題である。

岩手県のアンテナショップである「いわて銀河プラザ」に惣菜加工品の商品を供給していく。豆乳を使った加工品の開発についても取り組みを進めていく。商品づくりをはじめ、実務面の事業承継について、取り組みが課題となっている。

また、県庁のそばに移転した「らら・いわて」への惣菜加工品の供給、販促などが課題となっている。

(5) 支援策等

新商品の開発について、情報発信について、また、岩手県産株式会社を通じた販売機会の拡大について、今後取り組むべき方向性について、以下のような提案を行った。今後も引き続き、経営指導員の巡回訪問等による支援を行い、販路の開拓、売上増に向けた支援を行う。

【商品開発】

岩手県産品のアンテナショップである「らら・いわて（盛岡）」及び「いわて銀河プラザ（東京）」においては、ヘルシー志向の商品として需要があることから、継続的な商品供給が求められている。

また、通販やギフトでの展開も工夫の余地があることから、岩手県産株式会社のバイヤーとの定期的な相談機会を設け、最新の情報に合わせた商品開発について、支援を継続する必要がある。

【パッケージデザイン】

これまでのデザインを継承しつつ、新たな商品群については、価格設定の見直しを行うとともにパッケージデザインを少し変えて、別の価格帯での販売とし、上記のような通販やギフトでの展開によって、利益率の向上をめざすことが有効と考えられ、検討の余地がある。このため、専門家派遣を利用して、商品づくりの支援を実施する。

【リーフレットの作成】

ギフトや通販による商品の展開に向けて、商品の背景となっている情報も含めて伝えるリーフレットが必要となる。その際も、専門家派遣を利用したデザイナーによる支援を進める。

以上の展開に向けては、改めて、経営分析や事業計画の作成、補助事業等の活用など、伴走型支援を継続していく。



写真 田楽茶屋の惣菜8品

資料：岩手県産品の需要動向

※岩手県産品の動向について、岩手県産株式会社を吉田哲雄氏（岩手県産品アドバイザー）より聞き取りした結果は、以下のとおりである。

1. アンテナショップの状況

（1）らら・いわて

- ・令和3（2021）年、6月、岩手県庁裏の以前カワトク一番館の店舗であった場所に移転した。
- ・4～5月は、以前の店舗の閉店（移転）セール等で、昨年対比170%の売上となり、その後、5月中旬から6月20日までの閉店があったものの、昨年対比130%前後の売上高で推移している。
- ・トータルの来店客数は、昨年対比で、150～160%となっている。
- ・11月～12月は、ギフト期間（歳暮）で、ヤマトの発送が追いつかず、本社からのスタッフ応援での対応となった。店舗のスペースが、以前より狭くなったことで、梱包作業がしづらくなった。
- ・売上が順調な理由として、①県庁からの購買がある、②県民会館イベント時の利用がある、③元一番館の顧客が利用している、④近隣のマンション等の住居者が弁当等日用品を購入する場となっている、⑤近隣にスーパー（量販店）が少ないなどが挙げられる。
- ・近隣住民の日常的な利用があることなどから、弁当・肉・スイーツ等も売れている。工芸品スペースが以前の店舗よりも縮小となったことから、工芸イベント等を行うことで売上を補っている。また、食品の販促イベント（みそ、漬物ほか）も行われ、利用されている。
- ・会員登録については、2022年1月現在、4,800人。このうち、2021年4月以降の新規登録数は、1,500人を占めている。移転によって、新規会員が大幅に増えている。
- ・店舗の前に3台分ほど、駐車スペースがあることも好評である（移転前の店舗にはなかった）。
- ・県庁の特注含む外商の売上については、従来の案件が継続しているものの、店舗の対応に追われ、外商を強化できていない。背景に、売場面積の減少に合わせて、人員を減らしたことも要因となっている。
- ・岩手県ではふるさと納税を増やす意向で力を入れ始めている中、返礼品の発送業務を受託しており、取扱量が伸びている。登録の窓口についても岩手県産株式会社となっており、随時登録受付である。



出典：岩手県産株式会社ホームページより

(2) いわて銀河プラザ

- 巣ごもり需要、帰省が出来ないという状況の中、店舗の売上げは順調である。
- また、2021年より、特設サイトで、大きな数字とはなっていないものの展開中である。
- ネット売れ筋、数量の上位5つは、①宮古の瓶ドン、②生うに瓶（1本）、③トロイカ、④生うに瓶（2本入り）、⑤田老かりんとう。販売金額の上位5つは、①生うに瓶（2本入）、②同（1本）、③宮古の瓶ドン、④トロイカ、⑤生うに（3本）の順である。
- このうち、生うに瓶については、店舗でも売れており、1,000万円／年を超える人気商品である。
- 店舗での取扱商品は、約3,500品目である。
- 店舗からの情報発信として、各種SNSを利用しており、個々の職員や応援してくれる県に縁のある消費者の発信もみられる。



出典：岩手県産株式会社ホームページより

(3) みちのく夢プラザ（北東北3県アンテナショップ）

- 福岡市に立地している「みちのく夢プラザ」は、建物の老朽化などの理由で、2021年4月に同市天神町商店街に移転し、店舗面積が狭くなった。
- 4月には、移転オープニングセールを行って賑わいをみせた。その後も、前年よりも売れており、2022年1月下旬までの10か月で、昨年対比133%の売上、131%の客数となっている。
- 移転後の売り場は2階（工芸品・酒類ほか）までで、3階は事務所・倉庫となっている。エレベーターが無い場合、商品の搬入などは人力での対応となっており、スタッフにとっては重労働である。ストックスペースも少なく、配送作業でも調整が必要となっている。
- コロナ禍の中、リンゴ（青森）、きりたんぼ（秋田）、わかめ（岩手）などの試食販売や催事は中止となっている。コロナが落ち着き始めた10月頃から、入店客数等が徐々に増え始めた。
- 旧店舗と違い、比較的2階の筆笥を含む工芸品が売れている。
- 商店街の売り出しに参加するなど、売上につながっている面がある。

2. 通販の状況

(1) バーチャル物産展

- 2020年に行ったバーチャル物産展「3割引」企画では、多くの新規利用とメルマガ登録があった。しかし、2021年の通常価格による販売または多少の割引では、売上が伸び悩んでいる。
- 最近では、メルマガの配信中止もみられ、持続的な売上につなげるのが容易ではない状況にある。

(2) 通販

- 楽天を利用した販売では、売上の確保が可能であるものの、企画の出費が多いことが課題となっている。
- 岩手県産株式会社としての独自の通販に関しては、現在、大手と連携も含む取り組みを検討している。
- 今後に向けてさらに伸びる事が予想され、卸売りに次ぐ新たな柱としての強化事項となっている。

(3) ギフト関連

- 贈答というより、ますます自家需要的な流れが強くなってきた。ギフトは、敬老の日、母の日、バレンタインなど、イベント的な展開にシフトしている。
- 年々、中元は減少傾向となっている。歳暮も減っているものの、歳暮>中元で推移している。ただし、売上規模から見ると、未だにギフトのウエイトは大きい。
- 得意先も通年企画、紙面ページが減っている。岩手県産株式会社の企画では、年2回（夏秋・冬春）カタログを発行している。
- 今後、ネットへの移行傾向が強くなる見通しである。
- 県内の百貨店ギフトでは、さくら野百貨店が青森の店舗を含めて、順調な傾向にある。
- カワトクについても、帰省が困難な中、ギフトの売れ行きは良かったとのことである。
- 2021歳暮ギフトは、出だしが悪かったものの、12月に入って盛り返した。職域向け（企業、団体等）も含めて、全体的な動きは良かった。
- 2020年中元の販売数量上位5つは、①江刺りんごゼリー詰合せ、②岩谷堂ようかん詰合せ、③サヴァ缶・パスタソースセット、④岩手三大麺、⑤ぴよん舎盛岡冷麺4食SP。2020年歳暮では、①いわて丸、②黄金海寿漬350g、③黄金四宝漬、④三陸おのややわらか煮魚セット（①～④いずれも水産加工品）、⑤サヴァ缶・パスタソースセットとなっている。



写真 サヴァ缶セット

3. 物産展

- 日本橋高島屋「大いわて展」は、3/2～14、2週間の開催予定で、工芸品なしの食品のみである。
- コロナ禍の中での物産展（独自開催）は、丸広（埼玉）、福屋（広島）、八木橋（埼玉）などで、開催の方向である。
- 高島屋の大阪、京都の東北6県展は中止で、主要都市における物産展は中止傾向にある。
- このような状況のため、物産展での販売の比重が高い事業者は、販売機会が減少し苦戦している。その分、いわて銀河プラザで催事を実施して、売上を確保している。

4. 各営業所の状況

- 2021年の販売額は、12月までの累計では、全体で昨年対比107%、計画対比で見ても102%で達成している。東京、仙台、名古屋、福岡、それぞれ、2020年実績を上回っている。
- 東京の店舗でも、販売額は前年同期を超えて推移している。ただし、全体がそのような傾向にあるものの、物産展に関しては、減少している。
- 各生協の共同購入は依然好調の中、懸念されている競争の激化が見られ、動きの悪い商品はカットとされる傾向にある。すぐに切られるか、何回か様子を見ることになるかは、各バイヤーの判断となる。
- サヴァ缶は売上が良いものの、原料の値上げなど粗利が厳しく、小売価格を上げる方向となっている。値上げのタイミングについては、春夏の企画は既に提案済みのため、秋口以降となる見通しである。
- 駅を含む観光関連の小売店は、コロナの影響で厳しい状況であったが、10月頃から上昇傾向が見え一時良かったので、期待もあった。しかし、年末よりコロナ禍再来（オミクロン株）で、苦戦している。
- 年末年始の受注も上がっていたところに、またコロナで沈滞モードとなっている。
- 帰省客は、昨年に比べ増えたものの、コロナ第6波で、沈静モードの状況である。
- 台湾、欧州、東南アジア向けなどの海外事業は、社内に貿易室を設け、担当者を付けて、取り組まれている。2021年からは、台湾への前沢牛の1頭買い（現地でのパーツのネット販売）が好調に推移し、粗利は低いものの、多いときで月3頭前後の販売となっている。

5. ポストコロナの現状把握と今後の見通し

- コロナが沈静化しても、以前のような展開に戻ることはないと考えられる。やはり、ネット中心の取り組みが主要となるであろう。そのための、環境整備やセキュリティ対策など、個者支援が必要であろう。
- 実店舗が難しくなる状況で、各店でもネット販売事業をどのように展開するか、模索中となっている。
- 営業面で、大手取引先は在宅リモートが増えたことで、非訪問営業が主流になっていくであろう。この傾向は、出張旅費が削減されるというメリットはあるものの、いかにバイヤーとコミュニケーションをとり営業実績を上げるかが、大きな課題となっている。
- リモートによる商談会では、15～20分程度の短時間での商品説明が求められるため、商品の事前送付も含めて、十分な準備が必要である。また、以前のように、日頃から信頼関係を築き、売上を積み重ねていくようなイメージで進めることが困難になっている。
- 商談会に向けては、新しい事業者の出展を進める必要があるが、出展するだけでなく、次の段階、売上が重要となる。そのためには、食品表示など商談会に必要なレベル、工場点検に耐えられる衛生管理が必要とされる。