

小規模事業者を全力サポート！



「事業承継」と
「事業継続」に向けた
あらゆる相談に
対応します。



地域
持続化支援
拠点事業

多摩島しょ地域における

小規模事業者 支援事例集

2017年3月



明日葉を使った新商品（スcone・フィナンシェ）

パンからお土産品へ 明日葉を使った新商品開発による 売上拡大

相談の経緯

相談者は、明日葉の栽培を行う一方で、明日葉ペーストを使用してパンを製造し、1年ほど前から地元スーパーで卸販売を行っていた。明日葉の栽培だけでは十分な収益を上げることが難しいことを実感していた時に、知人の勧めでパンの製造に取り組んだ経緯がある。パンの販売は週1～2回として、火曜もしくは木曜での不定期販売としていた。商品は約20種類、売上高の集計はしていたものの、正確な販売管理や引取り口数は計算できていらず、収益に関しては把握していなかった。

そのような中、明日葉栽培を行っていた別の農家さんから生産委託の話を受け、栽培面積を拡大することになった。パンの販売を伸ばしていく一方で、明日葉栽培を拡大しなければならない状況となり、今後どのように事業を進めていくべきか思案中であった。

代表者は、他の明日葉生産者と一緒に明日葉ペーストを開発し、それを使用したアイスクリームの販売について新島村商工会に相談していた。そこで、経営指導員より、ご自身の事業課題解決に多摩・島しょ経営支援拠点で専門家支援を受けることを勧められ、今回の支援がスタートした。

相談者の課題と支援のポイント

担当専門家／中小企業診断士 内藤 義光

▶ 相談者の声

事業を始めたばかりの私に数人の方から「商工会に経営の相談をしたほうがいいよ」とのアドバイスがあり、多摩・島しょ経営支援拠点事業を利用させていただくことになりました。

農業と加工品（製パン）の重労働の業務2本を一人で行っていたため、正直なところ体力的にも厳しくなっていましたが、作業日数、販売個数、売り方と売れ方、今後の雇用などを踏まえて、専門家の方と一緒に計画を立て、実践し、その結果を分析してアドバイスをいただきました。効率化を図りながら無理のない販売スタイルを見つけ出せたと思います。

全くの商売の素人でしたが基本を知ることができ、私のような離島の小さな個人事業にも細かく対応していただいたことにとても感謝しております。

初回面談時に現在の状況と将来ビジョンについてヒアリングを行った。その時の代表者の想いは、

- ・高品質な明日葉を作り、多くの人々に
 食べてもらいたい
- ・生産量を増やし、事業を拡大したい
- ・加工品をつくり、付加価値を高めたい

であった。具体的なイメージとして、生葉の販売額と



A-farm

代表者名：天野 律子

住所：東京都新島村

業種：パン・菓子の製造卸売業、農業



明日葉を使用したパンの販売（売場にて）

加工品の販売額を生産可能な量から換算して数値化し、3年後の達成を目指すことで目標設定した。

当時の状況から、目標に向けて進めていくべき課題と対策を検討し、支援内容として次の点を挙げた。

- ①事業戦略、計画の立案
- ②パンの販売管理（計画、実績、利益、ロス）
- ③新商品の開発と販売
- ④お土産品開発と新規顧客の開拓

これらのテーマを進めていくにあたり、商品開発は製造現場での細かな支援が必要となることから、地元新島の方を中心に、商工会、代表者の知人などで補って頂くこととし、三位一体となって進めることにした。実際にお菓子開発は島外者で海外経験のあるパティシエ、パッケージデザインは地元デザイナーの方に協力を頂き進めることができた。

具体的な支援内容

1) 事業戦略、計画立案

限られた人員と生産能力でいかに効率的に収益を上げていくかが重要な視点であると伝え、明日葉栽培よりは加工品に力を入れて行く方向性を明確にした。具体的にはまず、パンの販売拡大を図り、続いてパンに合うディップやジャムなどの開発、スコーンなどのお菓子類、更には土産品やご飯用の明日葉味噌などを開発販売していくことを打合せた。

明日葉の生産計画に加えて、上記加工品の開発販売を3カ年の計画にまとめ、月次のスケジューリングを行った。支援はこのスケジュール表に沿って進めていくことで、計画的に取り組むことができた。

2) パンの販売管理（計画、実績、利益、ロス）

これまで週2日火曜・木曜での販売を行っていたところ、欠品による機会ロス、売れ残りによる在庫ロスが発生していたため、販売を毎週木曜に統一した。そして、商品ごとに販売数、引取り数を集計し、商品単位で販売数や納品の頻度を修正し、同時に当月実績をもとに翌月の生産計画を決める生産管理を実施した。

お客様に販売日を認知して頂くために、持ち帰りできる納品カレンダーを売り場に設置し、目的来店を促した。目的来店はスーパーにとっても来店客の増加が期待でき、共存できる形となっていた。

また主力商品の原価計算を行い、概ね30～35%であることを把握した。これにより、およその利益を把握できるようになった。

3) 新商品の開発と販売

お客様を飽きさせないために、定期的に新商品を開発し、クリームパンなどの定番商品や、かぼちゃパンなどの季節商品を投入していった。さらに、パンに加えて“明日葉スコーン”を販売したところ、大変好評で売れ残りもなく、売上額・利益率が高いことから、重点商品として納品を増やしていくことをアドバイスした。また、パティシエの支援を得て、高級菓子“フィナンシェ（明日葉・プレーン）”の開発を行った。同じくスーパーでの販売を行ったところ、売れ残りもなく、販売好調を続けている。

4) お土産品開発と新規顧客の開拓

島内需要がある程度見込めるようになり、次のステップとして、お土産として来島客に販売することをアドバイスした。新島では夏場が来島者のピークであり、8月に集中して船客待合所と飛行場にて“明日葉スコーン”的販売を行った。すると帰省客も手伝い8月の1週間で128袋の販売を記録した。この実績をもとに、ポーションとパッケージデザイン、価格の見直しに着手した。さらに手土産用に“フィナンシェ”的お土産品開発を進め、完成した。

今後の取り組み課題

スーパーでの納品においては、毎週木曜日10時など定期に確実に入れることが課題である。この曜日・時間の不揃いが機会ロスに繋がる。また、アメリカ芋など地元食材を使った新商品、季節限定商品などで需要を刺激することも今後のテーマである。

お土産品は新パッケージでの販売が本格的にスタートする。明日葉を使用していることに対して、味の期待や懸念があるため、POPや試食などで買い求めやすくし、新島の定番土産商品にしていくことが課題である。さらに、地域産品コンテストなどの賞を目指し、購買を刺激することにも取り組む。

現在の加工場・設備では生産能力に限界がある。近い将来、工場移設、人的補充と生産能力を上げることが必要である。

今年の販売実績は来年の販売計画に活きる。データを参考にロス率を来年は3%以下に下げる取り組みが求められる。



お土産用の新パッケージ
(明日葉フィナンシェ)

支援の成果

販売面の成果

◆計画的な商品販売により、徐々に売上と収益が拡大していった。8月の売上は支援当初月比150%を超え、過去最高を記録した。

新商品開発の成果

◆お土産品の開発販売によって、新たな需要を取り込むことができた。“明日葉スコーン”的新パッケージ化と、“フィナンシェ”的お土産品開発により、ギフト土産としても売り出すことができる。

「新商品開発」→「販売促進」→「売上拡大」の流れは今後に活かせるものであり、アメリカ芋や果物を使った季節限定商品の開発、パンに付けるディップやジャムなどの開発により、さらなる売上げ拡大が見込める。