

連携企業同士の強みを活かした新商品開発

支援機関 愛媛信用金庫 支援内容 新商品開発 支援区分 新商品開発

東予食品 協業組合

事業者概要

社名／東予食品 協業組合
代表者名／理事長 井上 安正
業種／食品製造業
所在地／四国中央市中之庄町302-1
資本金／31,000,000円
設立／昭和46年6月
従業員数／30名



支援に至る経緯

(1) 事業内容

東予食品協業組合（以下、「当社」という）は、東予地区の豆腐店が集まって発足した創業後44年の老舗協業組合である。主な取扱商品は、豆腐や豆乳などの大豆製品で、大手スーパーのプライベートブランド商品（以下、「PB商品」という）の製造が主力である。

(2) 課題

- ① 価格競争の激化
- ② 季節間格差が大きい売上高

* 夏季の売上高は冬季の約半分程度。（冬季は鍋などの需要が大きいため）

当社は、上記の課題を解決するため新商品開発に着手したと思うように進まず、愛媛信用金庫（以下、「金庫」という）に相談があったことから、公益財団法人えひめ産業振興財団（以下、「財団」という）の支援を受けることになった。

支援内容

<付加価値の高い新商品開発>

(1) 市場リサーチ

金庫の協力により「お豆腐に関するアンケート調査」を行うとともに、競合する5社のベンチマーキングを実施した。

アンケート調査とベンチマーキングの結果から、市場には様々な種類の豆腐が相当数販売されており、「豆腐」というカテゴリーで商品差別化を図るのは困難であり、新商品の開発は「豆腐」以外の商品で行うという結論に至った。

(2) 酒造会社との連携とターゲットニング

財団からの提案もあって、新商品開発に長けた酒造会社である梅錦山川株式会社（以下、「梅錦山川」という）と当社のマッチングを行った。梅錦山川からは、「テンペ（注）」を利用した商品開発の提案があり、これを「かんもどき」に配合した試作品を製造することができた。

試作品の栄養成分を調査すると、美肌成分として知名度が高い「プロリン」を含有していることが解り、

ターゲットを30～40代の女性とし、ネーミング及びパッケージの開発にも着手した。

なお、今回の連携は、梅錦山川から技術的なアドバイスが得られたため、財団の「事業者連携促進事業(チャレンジプラン)」に採択され、成分分析やパッケージのデザイン費用について助成を受けることとなった。

(注) …「テンペ」はインドネシアの伝統食品。大豆を発酵させたもので栄養価が非常に高い食品。

支援の効果

(1) 新商品の発売

商品化の過程で、当社の営業担当者が取引先に紹介していたこともあり、新商品は平成26年11月より地元大手スーパーで販売されることになった。

また、差別化された商品であることから、価格交渉もスムーズに進めることができた。

(2) アンケート調査

今回支援の副次的な効果として、自社商品に対するアンケート調査結果を既往バイヤーとの商談にも活用した結果、企業信用力の向上にも繋がり、PB商品は前年対比10%以上の受注増加に結び付いている。

今後の展開

新商品が完成し販売も開始されたが、課題の一つである売上高の季節的変動要因解消(夏季の売上増加)の解決までには至っていない。

今後も、マーケット・イン志向で付加価値の高い商品開発に挑戦し続け、消費者に喜ばれる商品を販売していく方針である。

事業者の声

新商品開発に対し、社内では思うように進展しておりませんでした。

そんな時、財団の支援により各分野の専門家の方を紹介いただきました。顧客分析、価格、デザインに至るまで専門的立場から指導していただき、従来使用していない新しい栄養素との組合せで、時代の流れに乗ることが出来ました。大変実践的で会社の財産の一つになったと思います。

今後も色々ご指導を仰ぎ、出来れば継続していきたいと思えます。



製造部長 宮原 隆徳氏

STAFF-VOICE

新商品開発等のコンサルティング機能を発揮することは、金庫の業務として重要な位置付けであり、今回、当社と開発に向けて共に努力し成果に結び付けることができたと感じています。今後もお客さまの課題解決に繋がる提案を継続していきたいと考えます。



愛媛信用金庫 松本 浩一