湖東３町商工会 | 株式会社畠栄（製造小売業）

支援テーマ
創 経 源 農 販
海 再 承 も 雇
資 持 他

チーム支援で全国第3位を獲得。県外への販路拡大に大きな弾み

課題 品質第一で県外進出に慎重

八郎潟町に店舗を構える畠栄（畠栄菓子舗、従業員7名）は昭和4年設立の老舗和菓子店だ。秋田県内での知名度は抜群に高く、県内の優良特産品のコンテストでもスイーツ部門で3年連続1位に輝くなどの実績がある。

その一方で県外での知名度は低かった。できたてにこだわり、その日に売り切れる分だけしか製造しないという信条のもと、多店舗展開や県外進出などの拡大路線は歩まない身の丈に合った経営を行っていたからだ。

支援 商工会、県連合会、専門家の三者で伴走支援

こうした事業者に対して湖東3町商工会では、時代に適応した営業展開の必要性から、東京・池袋で毎年開催される「ニッポン全国物産展」の投票イベント「ニッポン全国ご当地おやつランキング」に、同社の人気商品「畠栄のあんごま餅」でエントリーすることを提案する。すると、事業者は「全国展での上位へのランクインはとても無理だから」と辞退してしまう。しかし、その後も秋田県商工会連合会からの熱心な打診もあり、「どこまで評価されるか試してみよう」と出展に向けて取り組むことになった。

全国物産展までの準備期間は3ヵ月。出展に向けて商工会、県連合会、外部専門家の三者連携による伴走支援体制が組まれることになった。役割分担としては、商工会が畠栄の相談窓口となり課題を洗い出し、県連合会は課題に合った専門家の選定および商工会と専門家の調整を行い、専門家は課題解決に向けた具体的な提案・指導を行った。

具体的な課題（支援内容）は3つ。①訴求力のある商品パッケージへの改良、②来場者への効果的な商品説明の方法、③出展ブースの効果的な装飾と陳列、である。

三者の連携はスムーズに進み、出展準備も順調に進んだ。事業者は「東京で出展するというと、私たち地方の人間はどうしても都会的にしようとか、おしゃれにしようとか背伸びをしてしまいます。でも、専門家の方から『東京の人は地方のお菓子にそうしたものは求めていない』といわれてハッとしました」と語っている。そして、商品の見せ方も、核家族化の進んだ東京ではボリューム感よりも、むしろ小さくして希少感を出したほうがいいと考えて工夫した。

その結果、「畠栄のあんごま餅」は、平成26年の「ニッポン全国ご当地おやつランキング」で3位に選ばれた。

「出展は利益を目的としたものではなかっただけに、この3位という結果は、とても光栄です」（事業者）

地方の老舗菓子店にとってこの快挙は、大きな自信とともに販路拡大に向けた道筋を示してくれた。

ご当地おやつランキングで3位に輝いた「畠栄のあんごま餅」

支援の経過

期 間	支援内容
H26年9月～10月	商品パッケージ改良支援
10月～11月	商品PR支援 出展ブース演出支援

経営指導員から

今回の支援で連携の大切さを認識することができました。全国物産展への出展は、商工会だけではこなしきれない試みでしたので、県連合会や専門家の先生をはじめ多くの皆様の連携とご協力をいただきました。商工会にとってもノウハウの蓄積という成果を残すことができ、今後も伴走型支援によって事業者とともに成長していきたいと思っています。

湖東３町商工会
鈴木 康記さん