

事例2



会社概要

社名	大こくや【さいたま市】		
代表者	前田 貴史	業種	菓子・パン小売業
従業員数	4人	URL	【Facebook】 https://www.facebook.com/people/%E5%A4%A7%E3%81%93%E3%81%8F%E3%82%84/100057530767605/ 【Twitter】 https://twitter.com/gQTxxYNFkid1IRq 【Instagram】 https://www.instagram.com/daikokuya_0228/
事業内容	・生和菓子、焼き菓子、餅、米飯の製造・販売 ・主な商品はとけないアイス「くずバー」、焼き菓子「彩の薔薇」、どら焼き「彩どら」		
沿革	昭和42年 与野市街地にて創業(和菓子店) 平成7年 現代表が事業承継し、JR埼京線 与野本町駅高架下に移転 平成30年度「経営革新計画」承認(一回目)	 本社外観	

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

○当時、自店の店舗売上比率は30%と低く、利益率も望ましいものでなかった。経営革新計画に取り組む前は、いわゆる「団子屋」で地元客が中心の店舗であり、駅利用者や地域の若い世代を取り込めておらず、販売促進等のアプローチを実施していなかった。

<解決への道筋>

○今までにない新食感と持ち歩いても食べやすいアイス「くずバー」の製造販売に取り組むこととした。

○新商品の開発とSNSによる告知等の新たな取り組みを行い、自店店舗の認知度を高め、利用率の低い客層を取り込み、クロスセル・アップセルを行い自店の売上拡大、利益率向上を目指すこととした。

「経営革新計画」のテーマと概要

テーマ	今までにない新食感！とけないアイス「くずバー」の販路開拓による利益の向上
計画期間	平成30年1月～令和2年12月(3年計画)【平成30年9月承認】

和菓子

洋菓子

スナック菓子

アイス

和&洋

etc.

菓子の種類は
増えている

和菓子販売だけでは厳しい……

試行錯誤の末

葛を用いて

そこでアイスに注目

アイスの弱点(溶けやすさ)
を克服するのはどうだろうか



とけないアイス「くずバー」を開発

凍っている時はシャキシャキ
時間が経つとプルンとモチモチ
この新食感も大ヒットの理由に



SNS等での地道なプロモーション
多品種戦略(4種類→12種類)

売上向上
モチベーション
アップ

「経営革新計画」の実践

1 試行錯誤を繰り返す

- 「くずバー」の開発は「葛餅」の応用であるが、試行錯誤が必要であった。当初、3種類であったが12種類まで拡大、硬さや甘味度合いの調整は苦勞の連続であった。
- 試行錯誤の末、期間限定のフレーバーも開発することができ、多品種戦略を行った。

2 従業員への理解と協力を得る

- 従業員である家族に対して、経営革新計画の内容を説明し、理解を得た。
- くずバーのレシピ表や工程表を作成・共有し、協力して効率よく製造できるようにした。

3 SNSの積極的な活用

- 苦手意識をもっていたインターネットについて、周囲のアドバイスを受けながら勉強し、積極的にSNSを通じたPR活動に取り組んだ。

4 販路の拡大

- 自店舗以外に大手ショッピングセンターでの委託販売やさいたま市のアンテナショップ「東日本連携センター」にも納品して販路の拡大を試みた。



素材の味を生かしたフレーバー



製造過程

「経営革新計画」の成果

- 計画終了時に付加価値額が179.8%、経常利益が300.4%、売上高が114.1%と大きく上昇した。
- 新たに2名の雇用を創出した。
- 雇用の創出により生産体制を強化できた。
- 売上拡大により従業員全体のモチベーションが高まった。
- 顧客、金融機関からの評価が上がった。
- 仕入れ先への影響も大きく、事業の提案を受けることもあった。
- NHKやテレビ東京のテレビ番組、埼玉新聞の取材を受け、認知度が向上した。

成功の秘訣

- 「くずバー」の開発や種類の拡大には、硬さや甘味度合いの調整が必要であったが、苦勞を厭わず試行錯誤を繰り返した。
- 経営革新計画の内容を従業員に説明し、理解を得て、一丸となってくずバーの製造や販路の拡大に取り組んだ。
- くずバーのレシピ表や工程表を作成・共有することで、作業の標準化を図り、効率よく製造できるようにした。
- 苦手意識をもっていたSNSについて、周囲のアドバイスを受けながら勉強し、積極的にSNSを通じたPR活動に取り組んだことが口コミを拡大することになり、テレビや新聞の取材にもつながった。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- 自社を客観的に判断でき、中期的に商売を考えるようになれました。また、売れ行きが悪く苦しい時なども、計画があることで自信を持つことができました。
- くずバーの開発・販売により経営状況の改善や新規顧客の獲得という大きな成果を上げることができました。
- くずバーのヒットにともない既存商品の販売も好調に推移していることから、従業員全体のモチベーションが非常に高まりました。
- テレビや新聞の取材を受けることができ、認知度が大きく向上しました。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

- 経営革新計画を作成して良かったと思っています。当初、自分ではできないと思いましたが、商工会議所を中心に協力者を得ることができ、前向きに取り組むことができました。
- 自社を客観的に判断でき、中期的に商売を考えるようになれました。また、売れ行きが悪く苦しい時なども、計画があることで自信を持つことができました。
- 経営革新計画承認書の存在はイメージアップに繋がり、さらには金融機関の自社を見る目が変わりました。



前田 代表



くずバーのショーケース