

強みを見直し自社の魅力を向上【INPIT 兵庫県知財総合支援窓口】

企業情報

株式会社栗山米穀

所在地	兵庫県丹波篠山市		
ホームページ URL	https://kuriyamabeikoku.com/		
設立年	1916 年	業種	卸・小売業
従業員数	8 人	資本金	1,000 万円

企業紹介

当社は、創業 100 年を超える米屋です。丹波篠山で育ったお米を北は北海道から南は沖縄県まで全国に宅配便で発送しており、兵庫県、大阪府を中心とした地域においては自社トラックで直接御自宅に配達しております。丹波篠山の皆さんにこれまでの歩みを支えていただいたことに感謝し、丹波篠山の味を全国の皆さんにお届けできるように努めてまいります。

相談のきっかけ

中兵庫信用金庫の担当者から、「地元のお米を独自のブランド名で販売している企業があるが、非常においしくもっと広く知られるべきなので、支援してほしい。」との強い要望があったことがきっかけでした。食品のおいしさの優位性は伝わりにくいことから、異なる視点での強みの整理が必要と感じ、マーケティング、ブランディングに関して支援を行うことにしました。

支援概要

以前から自社で厳選した篠山産コシヒカリを「あおやま米」と名付け販売していましたが、消費者が量販店やインターネットで購入することが増えて宅配の契約軒数が右肩下がりとなり、新たな販売方法が必要を感じているとのことでした。ブランド専門家（中内由佳氏）のアドバイスを受けながら、あおやま米の名称の由来や同社の強みなどの整理を行いました。さらに、整理した内容を、デザイン専門家（岡三奈代氏）のアドバイスを受けながら、営業活動に使用するリーフレットに反映させました。



また、これまでの事業の中心であった個人宅配、飲食店以外の販売先として、事業者向けのノベルティやギフト用アイテムなどの展開の検討を行い、新たな商品企画などについても議論を行いました。

支援成果

古くからあるお米屋さんということを悪いイメージと捉えず、老舗らしさを強みとして、「エモいお米屋さん」ということを方向性として進めることになりました。社長の作業服を昔のお米屋さんのように前掛けに変更することにより、お客様から好評で良く声を掛けられるようになりました。また、強みなどを明確化することにより、顧客との商談の際に、しっかりと強みについて自信を持って PR でき、相手方もその部分に魅力を感じていただいて、新たな販路獲得につながりました。補助金を活用して新商品の「真空キューブのお米」を販売開始し、リフォーム会社、災害時の備蓄、会社の福利厚生など、徐々に扱ってくれる企業が増えてきております。

企業コメント

「あおやま米」の定義を今まで明確に答えることができませんでしたが、今回の支援でしっかり明確にすることことができたことで、ただの商品名としてではなく愛着を持てるようになり、自信を持って「あおやま米」を PR することができるようになりました。

支援の中で自社の強みを考えながら仕事をしましたが、それ以降も『自社の強みって何だろう?』と考える癖がつきました。

支援担当者コメント（氏名：伊賀友樹）



創業 100 年以上のお米屋さんで、自宅まで配達してくれるという今では希少な事業をされております。支援で議論した内容をすぐ実行に移され、社長の実行力の高さに驚かされました。地元のお米のおいしさをみなさん伝えなければと思います。