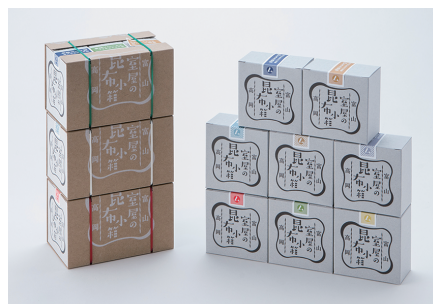




よろず相談の中で課題を整理 首都圏や世界の市場も視野に



ブランディングの指導を仰ぐ中で開発された新商品。
ラベルの下に見えるのが、新しい同社のロゴマーク。



ビジター対応ビジネス支援事業の採択によって開発された「昆布小箱」。



PROFILE

所在地 高岡市二塚199-19
代表者 室谷 和典
資本金 1436万円
従業員 40名（パート含む）
事業 昆布・乾物等の製造・卸
TEL 0766-63-4668
FAX 0766-63-4667
URL <https://www.muroyanokonbu.com>

室谷和典社長

「平成25・26年頃から、経営について不安を感じるようになりました。売上の柱のひとつである仏事用の昆布セットの売上が鈍化してきて、これまでの延長でよいのか…と考えるようになりました。そこで『富山県よろず支援拠点』に出かけて、相談することにしたのです。以前にいただいたチラシに『ワンストップでどんな相談にも対応する』とありましたので……」

そう語るのは室谷和典社長。「仏事用の昆布セットの売上の鈍化」は、いわゆる家族葬や密葬だけで済ませる方が多くなってきたから。世の趨勢と言えはそれまでであるが、経営者としては見過ごすことはできない。よろず支援拠点を訪れた時点では漠然とした不安であったが、コーディネーターに相談し、また産業支援のメニューを詳しく聞くうちに、「新しい商品を開発しよう」（室谷社長）と決心。北陸新幹線開業に伴う首都圏マーケットの取込みについて思い至り、「ビジター対応ビジネス支援事業」（平成27年度）を活用しての土産物開発に乗り出したのだ。

3 年計画作成中に気づいた……

その結果でき上がったのが「昆布小箱」。「しろえび黒とろろ昆布」など同社の既存の人気商品をお土産用にパッケージを一新し、富山の薬売りの小箱、あるいは売薬さんが景品で配った紙風船を思わせる懐かしいデザインにし、駅周辺の土産物店や道の駅などで売り出した。

そして29年度には専門家派遣事業を活用して、ホームページ制作に詳しい専門家を招き、そのリニューアルに取り組んだのだ。

「当社では平成19年にホームページを開設し、ネットでの注文も受けつけてきましたが、時々更新して、新しい情報を載せたり、見え方に変化を持たせるための工夫も必要です。そこでリニューアルに合わせて、社員が自分たちで更新できるように技術的な指導も受けました」

こうして社内のあり方を少しずつ変えてきた室谷社長。

支援内容

- 富山県よろず支援拠点
- ビジター対応ビジネス支援事業
- 専門家派遣事業

平成30年度に入って再びよろず支援拠点のコーディネーターを訪ね、相談を重ねる中で3カ年の経営計画を立てることに。課題を書き出し、いつまで解決するかを落とし込んでいった際に、重大なことに気づいた。

「売上の増大を図って、今まで商品を開発したり、チラシをつくったりしてきましたが、その都度の対応で、社としての一貫性や方向性がなかったことに気づきました。そこで3カ年の経営計画を立てる一方で、社のロゴマークをつくり、商品のイメージアップを図るためのブランディングを行うこととし、再び専門家の派遣をお願いしたのです」

食文化の違いを踏まえて

室谷社長のこのリクエストに応じて、当機構が推薦したのは富山県出身で東京で活躍するフードプランナー。食品メーカーや各地の特産品の産地からの依頼で、メニュー開発やマーケティング、ブランディングを手がける女性であった。氏はさっそく「会社が目指す方向性を見える化して…」と室谷社長に箇条書きで思いを整理するように伝え、それをもとにブランディングやロゴマーク作成に当たったデザイナーとの留意点を示すとともに、「県外で

は昆布はあくまでもだしの素で、富山のようにあまり食べない。食文化の違いを理解した上で、首都圏での展開も視野に入れたらよい」とアドバイス。「ちょい足し」で昆布が気軽に食べることができ、また料理がおいしくなるアイデアも一緒に提供しようと商品開発にも臨んだ。

こうして、室屋の頭文字「M」と昆布をシンボライズしたロゴマークができ上がった。そのロゴマークは波形にも見え、“荒波を乗り越えて県外、国外の市場も開拓したい”という「社長の思い」も表す。これ以降、名刺やパッケージなどで展開されるようになった。また、新商品として「サラダのこんぶでございませう」「ふりかけのこんぶでございませう」を開発。県内での消費拡大はもちろんのこと、首都圏の商品スーパーでの展開も試みているところだ。

チラシやパッケージも徐々に新しいロゴマークとともにリニューアルされるようになり、令和元年には再び「ビジター対応ビジネス支援事業」の採択（11月の二次募集）を受けて、ホームページを一新することに。この取材の時点ではまだ制作途中であったが、「ブランディングの成果も取り入れて、新しくホームページをつくり直します。今度はWebデザインやWebマーケティングにも詳しい方に協力をお願いしていますので、私も今から楽しみにしています」

室谷社長の焦点は、波濤の向こうに移りつつあるようだ。



同社の主力商品のひとつ「羅白昆布」。



工場での製造の様子。

