



アドバイザー

株式会社 五味商店
代表取締役

寺谷 健治 氏

「こだわり商品展示会」を主催するとともに、「地域発こだわり商品」を全国のバイヤーに提案し続けている。展示会へ出展した多くの事業者は、売上が10倍になるなどの成長を遂げている。平成21年度から（独）中小企業基盤整備機構の地域活性化パートナーとして活動中。

悩める一步を、経営強化の確信へ！ 明日から使える「経営の処方箋」

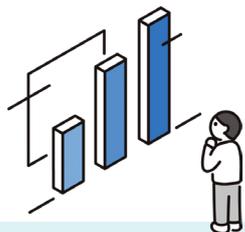
経営戦略相談会では、参加事業者さまの課題やお悩みをお聞きし、寺谷アドバイザーより、正確な原価を出す（原価の見える化）、市場開拓や商品と戦略の絞り込み、目標の文字化等の具体的な個別指導が行われました。各相談事例についてご紹介いたします。

「送料込み」が全国へのパスポート！ バイヤーを納得させる、攻めの原価計算を！

相談 原価計算の指導と今後の販売戦略についてアドバイスが欲しい（食品加工業）

指導 精密な原価計算と目標の立て方

外商するには、生産量・稼働時間に加えてバイヤーに対応できるように送料込みの原価計算を考えることが重要。（東京への送料を原価に一律算入すると過不足が生じにくい）



販売戦略としては、新規展開は人手不足を招くため、重点商品に絞り、商談会へ挑む。「商品戦略」「販売戦略」「経営戦略」を毎年の目標として文字化、常に意識することが大事。

原価低減を図り、ターゲットに愛される商品を開発しよう！

相談 類似商品との差別化できる新商品、セット販売、供給量不足の悩みを解決したい（氷菓製造・販売）

指導 適正価格とターゲットを絞り込む

新商品については、良いものでも高すぎると売れない。容器を紙カップに変える等の工夫で原価を下げ、美味しくリーズナブルに。また商品名はシンプルが一番。

製造量が少ないなら大量販売にこだわらず、商品特性からターゲットを絞り、価値が伝わるPRを優先する。セット販売は目標達成後のステップ。



「そのまま食べる」から「料理に使う」へ。 食べ方の提案で市場を切り開こう！

相談 主力商品の低迷、原価計算と経営目標について（発酵食品等製造販売業）

指導 用途提案による市場開拓を強化する

「嗜好品」から「調味料」、「料理のアクセント」へ。食べ方提案や中身が見えるパッケージで市場を開拓、消費者が「手に取る理由」を作る。経営目標としては、あれこれ手を出さず、月2回程度の「営業専念日」を設けて1年ごとの明確な目標を立てる。また補助金等も活用しつつ、パッケージ変更やPOPの作成等、商品の価値を伝える努力を行う。



「安売り」卒業！大手に対抗するために適正価格の見極めと、毎月決算の「数字の力」

相談 大手参入による売上低迷、値下げ等を含め適正価格と原価計算に悩んでいる（製麺業）

指導 適正価格の見極めと情報収集を行う

安売りが正解ではない。原価計算を元に、価格転嫁を求めてよい。「適正な価格設定」を見極めることが重要。営業については、各方面から情報を集め、常に世の中の流れを把握し、安定した付き合いができる取引先、販売先を見つけること。売り場を獲得し、家族で買い続けてもらえるような販売体制と情報収集を目指す。原価計算については、税理士と共に製造原価を出し、加えて毎月決算をやっていくべき。

販路開拓や生産性向上などに取り組みたい事業者の皆さま！

外商サポートデスクをご活用ください！

地産外商コーディネーターをはじめとする各分野の専門家が事業者様のお悩みに対応します。（無料）

▲詳しくは公式HP (<https://food-platform.pref.kochi.lg.jp>) またはサポートデスク ☎088-854-9988

