

## 秋田名産の漬物いぶりがっこを 足で稼ぐ営業で果敢に売り込む



燻し小屋で大根を燻してつくる「いぶりがっこ」。人の勤が頼りで機械任せには出来ないという。

### 有限会社奥州食品

秋田の伝統的な漬物である「いぶりがっこ」。魅力的な食品も、絶え間ない販売努力があってこそ市場や消費者に浸透していくもの。泥臭いまでの飛び込み営業の積み重ねで少しずつ顧客を獲得していき、現在は売り上げの7割が首都圏で占めるまでに。エネルギッシュな経営者像がある。

### 有限会社奥州食品

〒019-2521  
秋田県大仙市協和稲沢16  
Tel.018-894-2455  
Fax.018-894-2465  
<http://www.iburigakko.co.jp/>  
E-mail osyu.suzuki@iburigakko.co.jp

### 社長自ら飛び込み営業で販路拡大

有限会社奥州食品は秋田名物の漬物「いぶりがっこ」専門メーカー。11月に契約農家から買い取った大根を燻し小屋で燻し、漬け込んだものを冬の間かかって加工して出荷している。

創業は平成元年だが、当時すでに複数の同業者が観光物産店などを得意先に行っている状況だったので、鈴木憲康社長がとった販売戦略は、東北全域の飲食店や宿泊施設をターゲットにして、自分自身の足で稼ぐ徹底的な飛び込み営業だった。営業にかかる時間と経費は惜しまなかったと、鈴木社長は言う。元々は農家だったので営業の経験は皆無だったが、売り先を確保するのに背に腹は代えられない思いだった。

「秋田市の繁華街川反の店は一軒一軒くまなく回りました。営業の経

験があったわけではないが恥ずかしいなんて言ってもらえない。県内の食品業者の営業は珍しいと逆に驚かれたこともあります」(鈴木社長)

### 震災を契機に首都圏の攻略に転進

足で稼ぐ営業の手間を惜しまないところから人とのつながりも生まれ、口利きなどもあって新規の取引先の獲得は比較的順調にいった。

「軌道修正を図ったのは震災後です。それまでは売り先の7割が東北でしたが震災で注文がぱたりと止まりました」(鈴木社長)

それからは首都圏にターゲットを絞り、食品問屋に営業をかけて量販店や外食産業向けに「いぶりがっこ」を出荷している。現在は出荷量の7割が首都圏向けで以前とは逆転するまでになっている。昨年10月のあきた企業活性化センター主催の「ビジネスマッチング商談会」(東京)でも自社製品をすべての来場者に配布して認知度アップに努めている。

### 伝統的な産業を未来志向の経営で

昨年は異常気象で大根の収穫が見込みを下回り、「いぶりがっこ」も出荷調整に踏み切らざるを得ない状態だが、それでも東京営業所に子息を常駐させ、得意先への挨拶回りなどでパイプの維持に努めている。

中堅の漬物メーカーとしては珍



一シーズンに10ha分の大根を契約農家から仕入れる。秋から冬にかけてが一年で最も忙しい時期。(写真上)コンピュータと連動した自動計量器。高額な自動機も積極的に導入している。(写真中)夏場は得意先の挨拶回りもするが冬は工場に詰める鈴木社長。(写真下)



一般的な漬物メーカーと違い、いぶりがっこ一本での商売だ。

しく、真空包装機などの自動機の導入も積極的に進めている。秋田の伝統食のメーカーながら、その経営感覚はきわめて戦略性に富んでいるようだ。