

海水からの塩づくりを事業化 周到的な販売戦略で販路を拡大中



平釜蒸散法という製法では東北で最大規模の塩の生産量。

株式会社男鹿工房

男鹿の海水で塩をつくる一、それだけで話題性は十分だが、話題性だけではビジネスにならない。商品価値をどのようにアピールし、どこの誰にどのように売り、どのように使ってもらうのか、そこまで緻密な販売戦略を練ることで初めて商品が動き出す。秋田の自然生まれの商品に注目したい。

男鹿の海水でつくる塩を秋田名物に

株式会社男鹿工房は男鹿半島沖の海水でこだわりの塩を製造販売するために9年前に創業した。2アイテムの商品でスタートしたが、柿崎直哉取締役部長が経営に加わってからは、売り場で目につく存在にすることを企図して50アイテムまでに増やした。

「買いやすい価格設定も考えました。70g280円で売っていた商品があるのですが、中身を40gにして200円で販売したら売り上げが3倍になりました」(柿崎部長)

積極的な販路の開拓も行っている。県内スーパーなどの他、道の駅などの秋田のみやげ品を扱う店にはたいてい置いてもらっている。みやげ品としては手ごろな価格であり、秋田オリジナルの商品として旅行者に買い求められることが多く、年

間で5万個も売れた商品もある。観光みやげとしての売り上げは全体の8割を占める。

新商品の開発や拡販戦略にも注力

あきた企業活性化センターの勧めで東京でのビジネスマッチング商談会にも参加した。商談自体もさることながら、同じ場にいた地元食品関係事業者との出会いも大きな収穫だった。このような出会いをきっかけとして、コラボ商品とも言える「わさび塩」や「塩麴」が生まれている。塩麴についてはまだ試作段階だが、あきた企業応援ファンドの採択を得て助成金を商品開発費用に充てている。

拡販戦略の一つとして力を入れているのがノベルティ商品としての売り込みと香典返しとしての売り込み。たとえば秋田のJAが関東圏に出荷する枝豆に「枝豆用の塩」をノベルティとして添付して売ってもらう。そうすることによって男鹿工房の塩を消費者に周知させられる。

他社に付加価値商品づくりの提案

塩単体の販売では十分なスケールメリットがないので、県内の食品メーカーに加工用として使ってもらうための売り込みもしている。いぶりがっこや味噌のメーカーに、主原料のみならず塩も秋田県産のも

株式会社男鹿工房

〒010-0511
男鹿市船川港船川字海岸通り2-9-5
Tel. 0185-23-3222
Fax.0185-23-3221
<http://ogakoubo.com/>
E-mail ogakobo@nifty.com



海水を熱して塩分濃度を上げるのが最初の工程。熱した海水の塩分濃度が限界まで高くなると自然に塩の結晶ができてくる。(写真上)
塩の結晶を釜からすくい、乾燥にまわす。(写真中)
商品開発と販路拡大を担う柿崎直哉取締役部長。(写真下)



商品アイテム数を増やして店頭で目立つようにするのも戦略の一つ。

のを使うことによって付加価値商品をつくりましょうという提案だ。秋田生まれの海産物(?)の一つとして、「男鹿半島の塩」が消費者の目にとまる機会は、これからますます増えるかもしれない。