

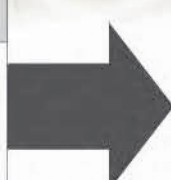
「新しい商品」を「売れる商品」に。
販促のプロとともに、海外進出もにらむ。

まるか食品株式会社 / 食品製造販売



課題・ニーズ

市場や社会の変化とともに、販売の主力だった定番商品の売上が徐々に低下。季節限定のショートセラー商品で試行錯誤しつつ、そこからロングセラー商品を育てていく必要があった。



人材獲得と成果

地元出身者で、都内の大手百貨店でディスプレイ装飾を担当していた人材を獲得。商品企画から販促物の制作、営業までこなし、同社のヒット商品の販売・発展を支えている。



川原一展
代表取締役社長

急成長後の転落、長期低迷。
そしてヒット商品でV字回復へ。

日本を代表するイカ天メーカーが集中する尾道市。この地で創業したまるか食品は、依頼企業ごとにブランド名やパッケージ、内容量を変えるOEM商品や、価格競争力のある低コスト商品で、年商は10億円から19億円にまで急成長。しかしその後工場の火災、品質低下、消費者ニーズの多様化などで、売上は一時期15億円まで落ち込んだ。季節限定の新商品を矢継ぎ早に開発し、模索の時期へ。その中から、2013年12月に発売した女性向け商品「イカ天瀬戸内れもん味」が大ヒット。以降増収増益を生んだ。当初は社内でも「こんなものは売れない」とされたが、従来の消費者ではない「女性」をターゲットに、パッケージやイカ天の量にも徹底的にこだわった結果市場が動いた。

常識を疑い、何度でも失敗する。
そのベンチャー精神を支えるプロ人材。

「ショートセラー商品からいかにロングセラー商品を生み出すかが肝。その挑戦のパートナーが必要でした」と振り返るのは同社代表取締役社長の川原氏。そして「イカ天瀬戸内れもん味」ヒットの現場にいたのが、東京の大手百貨店でディスプレイ装飾などをしてきた松枝氏だ。入社後は企画担当として販促物を作りながら営業も担当する。「失敗に終わった商品も多い。売れなくてもいいから売ってみようチャレンジ精神に惹かれた」と同氏。2017年からは国内外のご当地調味料とのコラボレーションも主導。従来の「良い商品」の常識にとらわれず徹底的にターゲット視点にこだわりながら、近く海外展開も見据えている。



松枝修平
営業部企画課 課長

まるか食品株式会社とは



まるか食品株式会社は1961年に創業。3坪の土間から始まったイカ天製造は、製造ラインをオートメーション化したことで軌道に乗っていく。消費者や取引先企業のニーズを捉えた画期的な商品でシェアを広げていった。

しかし、1993年に新工場を完成させた直後に旧工場が火災に見舞われた。新工場での操業は可能だったものの、職人が最新式設備に慣れるまで時間がかかり、「まるかの味」が変わってしまった。販売数は減る一方。品質管理システムを整えた頃には、消費者の嗜好の多様化で売上減に拍車がかかった。

その危機を打開する模索の中で生まれたのが、広島県産レモンを用いた「イカ天瀬戸内れもん味」だった。1ヶ月に10万袋売ればヒットとされるイカ天市場で50万袋を出荷。2015年の日経トレンディ・ご当地ヒット大賞も受賞した。鍵となったのは「女性が旅先でパッと買える、広島らしい商品がほしい」という土産物店の要望から、徹底的に女性目線で開発したこと。酒に合う濃い味付けではなく、レモンの酸味を強め油っぽさを中和。食べやすい一口サイズで、パッケージも従来より12%小さく保存用のチャックも付けた。すべてが常識破りだったが、妥協なき消費者目線での開発の末に、確かな結果がついてきた。まさに、まるからしさを象徴する商品となっている。

企業情報

まるか食品株式会社

所在地：尾道市美ノ郷町

設立：1961年

従業員数：120名

資本金：9,471万円

広島県プロフェッショナル人材戦略拠点

TEL (082) 513-3428 (ダイヤルイン) FAX (082) 222-5521 MAIL syojinzai@pref.hiroshima.lg.jp

住所 〒730-8511 広島市中区基町10番52号 商工労働局 産業人材課内

HP <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/pro-kyoten/>