

「伝統とは常に進化し、革新し続けるもの」 創業 88 年の常識を越える



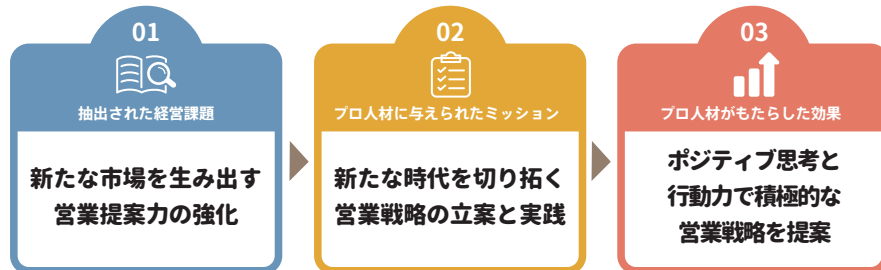
株式会社 マル勝高田商店

三輪素麺の製造・販売並びに
手延べ素麺の加工と販売

所在地 奈良県桜井市
創業年 1933 年
従業員数 80 名



支援の流れ



01 新たな市場を生み出す 営業提案力の強化

当社は、奈良時代より連綿と続く、本場・三輪の地で手延べそうめん一筋に製造・販売を行ってまいりました。お客様や販売店様は「素麺＝夏の冷やしそうめん＝お中元」として、長年夏の贈答品として市場を形成してきました。しかし、時代は変化し、贈答品市場の減少にともなう、素麺の売上も急激に減少しております。この状況を打破するためには、「素麺＝夏の冷やしそうめん」の固定観念を覆し、一年を通じてお楽しみいただける商品開発や新メニューの提案など、新たな需要開拓や販路開拓に繋げる営業戦略や営業提案力の強化が必要とされます。



営業会議で、商品やサービスに対する顧客ニーズの多様化に対応するためには、今までの知識や経験に頼る「思い込み営業活動」から「マーケット理論に基づくデータ分析による営業活動」が新たな需要喚起と販路拡大には不可欠であることを提案するなど、営業スタッフのレベルアップに貢献しています。

02 新たな時代を切り拓く 営業戦略の立案と実践

社は「伝統とは常に進化し、革新し続けるもの」という信念のもと、時代の生活様式に合わせてその価値を多様に変化させ、新たな時代に、「新たなコト」を提案し続けることが、使命であると考えております。①素麺の固定観念を自ら捨てること ②素麺は食材と認識し、一年を通じてお楽しみいただける新たな用途を創出すること ③春夏・秋冬の販売店様提案会で、バイヤー様に納得いただき、ともに新たな需要創造を目指していただけるような提案をすること ④新たな用途提案による販路を拡大すること ⑤各種 SNS を通じて、お客様に購買意欲をそそる仕掛けを講じること。総じて挑戦的な営業戦略の立案と具体的な取組がミッションとなります。

03 ポジティブ思考と行動力で 積極的な営業戦略を提案

素麺の固定観念（素麺＝冷やしそうめん）を覆し、これからの若い世代に受け入れられる「食材」にするには、同世代の人たちの考え方や食のあり方を知る若い人たちが主体的に営業戦略を考えなければなりません。「素麺の伝統」を重んじる当社の営業手法に疑問を感じ、大手食品会社の営業で学んだ営業データ分析手法やプレゼン手法を示し、周りの若い社員に刺激を与えています。また、バイヤー様にも、持ち前の元気を武器に「保存が効く」「素麺そのものに味はなく何にも染まる」「揚げたり、丸めたりいろいろアレンジできる」など食材としての素麺の可能性を積極的に説き、年中売れる食材であることを理解させ、次の商談に繋げています。

プロ人材【入社時のプロフィール】



原田 潤一 氏

役職名：係長
年 齢：33 歳
家族構成：妻
出身地：奈良県 還流ルート：U ターン
業務遂行手段：事務所での業務（出張を含む）

主な経歴：大手食品会社にて営業経験を積み、地元企業に U ターン

大手食品会社で食品営業の楽しさを知り、生まれ育った故郷に戻り、地場産業に貢献したいと考え現職につきました。三輪素麺は、1200 年間も食品として受け継がれ、いまだに庶民の味として親しまれています。しかし、時代の変化とともに食の嗜好も変化し、年々縮小傾向にあります。社長からは若さを武器に新たな需要を創出してほしいと指示されており、常に社会の変化にアンテナを張り、伝統を守りつつも進化させ新たな需要の創出を目指し、仲間たちと取組んでいます。

企業からの声



代表取締役
高田 勝一 氏

当社は、新規採用者が多く、どうしても会社のカラーに染まった人たちの集まりになっています。私自身、縮小する素麺需要を改善するには、素麺の固定観念を覆す発想が必要と考えておりました。そんな時、プロフェッショナル人材戦略拠点主催の人材会社との交流会に参加させていただき、外部人材の登用に踏み切りました。原田氏は、大手の食品関係の営業経験もあり、素麺の固定観念もなく、食材と捉え、若さゆえに我々には気が付かない新たな提案をしてくれます。また、持ち前のポジティブ思考で周りを巻き込み、皆を引っ張ってくれています。前に進むしかない我々には失敗を恐れていたなら何もできません。原田氏の挑戦に期待しています。