



株式会社 渡辺米穀店

「米のブレンド技術」を見える化し、新規顧客を獲得

- 設立：1914年※現在4代目・五ツ星お米マイスター
- 事業内容：米穀の小売・仲卸販売 ■社員：4名（2017年7月現在）

創業103年の米屋。工場給食や飲食店向けの卸が売上の大半を占める。先方のニーズに合わせてブレンドを変えて販売している。



相談内容

- ECや大型小売店の台頭、ライフスタイルの変化により米の売上が減少傾向。個人向け販売に力を入れたが売れない。

OKa-Bizの知恵

本人の気づいていなかった真のセールスポイントを特定し、事業展開のコンセプトを提案。年間数百回も食べ比べする五ツ星お米マイスターの「米のブレンド技術」を見える化

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『お米のバーテンダー』
50種類以上の米からお客様の好み・要望に合わせて「おいしいブレンド米」をつくれる技術をバーテンダーに見立てて展開することで、一般的に低品質と思われるブレンド米のイメージを払拭。粘り、粒の大きさなどの好みを記入する『米(マイ)カルテ』も提案。
- ターゲット設定：おいしいごはんに強いこだわりを持つ人
- 情報発信：◎ビジネスブログ・・・同コンセプトで日々のブレンドテストや食べ比べの結果を発信
◎デザインサポート・・・売りをわかりやすく伝えるチラシの制作をサポート
◎プレスリリース・・・ブレンド力を『お米のバー』『お米のバーテンダー』と名付け発信

成果

新規顧客を獲得、既存顧客からもニーズを発掘。
最大時月次売上25倍などUPへ

- 販路開拓：自動車です30分かかる遠方のお客様など新規顧客を獲得。既存顧客からも反響。
- メディア実績：朝日新聞、中日新聞、中部経済新聞、NHK『ほっとイブニング』『おはよう日本』、中京テレビ『キャッチ』、東海テレビ『みんなのニュースONE』、ミクスネットワーク



相談者の声：株式会社渡辺米穀店 店主 渡辺 正明さま

やれることがたくさんあることを気づかせてくれました。一番の進化は、強みに気づいて前向きになり、自分たちでも工夫するようになったこと。ブログの開設からネット販売、メディア対応まで手取り足取りサポートいただきました。さらに売上を伸ばせるよう精進してまいります。