

# 長くお付き合いできる、価値を共有できる顧客とつながるための情報発信、商品づくり 株式会社不二家（福岡県筑後市）

カテゴリー  
B-1(2)

## 取組の背景・課題 - 「古き良きものを大切に」自社の価値観を共有できる顧客とつながりたい

- ・当社は明治29年創業の醤油・味噌の醸造販売会社。地元の飲食店や家庭への配送といった昔ながらの販売方法の他、オンラインショップも展開している。
- ・醤油メーカーの多くは金属製タンクでの量産が一般的だが、当社では「古き良きものを大切に、丁寧に」という価値観の中で、創業時から使い続けている杉の木桶で製造したこだわりの醤油を提供している。近隣の飲食店や個人宅には電話1本で社員が直接商品を配送。いわば100年前から行われているDtoCであり、こうした地域との関係性や立ち位置は残していきたいと考えている。
- ・一方で人口とともに地域の顧客も減少。「今のあり方を長く続ける」ためには、地域の顧客と同様、長くお付き合いできる顧客とつながっていく必要がある。

## アクション B-1(2) 顧客ロイヤリティの向上、顧客獲得ための情報発信の工夫

### 顧客との関係構築 - 価値・ストーリーの共感を重視

- ・商品はもちろん重要だが、商品単体で勝負をしていると新商品展開など他社競争の中で顧客が離れてしまう可能性もある。このため、顧客には「古き良きものを大切に、丁寧に」という当社の価値観に共感し「せっかく醤油を買うならここから買いたい」としてもらふこと、またその顧客に対して、ストーリーが感じられる商品を届け、価格等数字では表せない価値を伝えることが重要と考えている。

### オンラインでの工夫 - リアルと同じ関係をオンラインにも反映。「手をつなぎにいく」感覚で。

- ・HP（ホームページ）の他、Facebook、Twitter、Instagram等のSNSでも情報発信中。SNSのアカウントは全従業員に開放しており、各自がいいと思うものを自由に発信している。“地域の飲食店を応援したい”や“地域との関わりを大切に”という思いは共通認識となっており、発信コンセプトが大きくブレることはない。全従業員でのアカウント共有は、迅速な顧客対応にもつながっている。
- ・HPやSNSでは、商品や自社情報だけでなく、根底となる価値観につながっていくような内容を発信している。例えば「発酵」や「地域経済の循環」等。HPでは「古道具」も販売。周辺テーマをコンセプトに専用のグループやアカウントを作ることもある。
- ・自社の価値観をベースに、共感してくれる人とじわりと「手をつなぎにいく感覚」が重要だと考える。共感の広がりの中で、当社の商品購入につながれば、顧客と持続的な関係構築ができると考えている。
- ・オンラインショップは自社サイトを重視している。大手ECサイトにも出品しているが、最後は自社のサイトで価値を共有して買ってほしいと考えている。

### 創業から約120年使用されている杉の木桶と商品（HPより）



桶の写真のページでは「長く続いていることや、ものの工程には大切な「本質」があります。私たちが扱う醤油や味噌には、蔵人たちが心を込めた手仕事があり、先代から受け継いだ大切な工程があります。また生命ある大豆や麹、微生物のおかげで、豊かで味わいのある「食」を頂くことができるのです。私たちは、この大切な「本質」をあなたと分かち合い、生活の意識と心の体温を高めたいと考えています。」と綴っている。

### 雑貨・古道具等も販売



### ポイント

- ・商品ではなく価値・ストーリーを届けるため、それに関連したテーマ、内容を情報発信。

### 株式会社不二家

<https://fujiya-shoyu.jp/>

所在地：福岡県筑後市

従業員数：7名（2021年12月現在）

【公表日：2022年3月14日】