

# 創業時から変わらない、顧客に寄り添ったサービスを展開

## 株式会社ふくや（福岡市博多区）

カテゴリー  
B-1(2)  
B-1(3)

### 取組の背景・課題 - 顧客のニーズや価値観の変化にあわせて、行き届いたサービスに取り組む

- ・創業者が独自の製法で製造・販売した「味の明太子」を、より多くの人に食べていただきたいとの思いから、特許を取らずに製造方法を広く公開。
- ・主力商品「味の明太子」の味を細かく変え続ける工夫や、販売単位の小分化、おかずセット等新たなセットを提供など、顧客に寄り添った事業を展開。

### カテゴリB-1(2)(3) 新規顧客獲得のための販売方法の工夫、新たな魅力の発信

#### 相手に住所を聞かなくても、品物を贈ることができるオンライン社会ならではのサービス

- ・SNS上のみでつながる人間関係も珍しくない時代。贈り物はしたいけど、相手の本名や住所は知らないし、いつどうやって届けていいかもわからない…等々、時代ならではの顧客の様々な悩みやニーズに応えたサービスとして「ふくやスマート便」を開発。
- ・同サービスでは、選んだ贈り物の受取専用URLをSNSで相手に送ることにより、氏名や住所、受取日時等は受け取る側が入力する。配達伝票には、「依頼主 ふくや」とだけ表示されるため、贈り主、受取人双方に個人情報伝えずとも良い仕組み。オンラインのお付き合いを変えることなく、感謝の気持ち等を「味の明太子」等の同社商品に込めて届けることを可能とした。

#### 顧客の声を大切にして商品・提供方法の試行錯誤等創意工夫を継続

- ・人気商品である「家庭用明太子440g」は、高齢者や単身家庭では食べきれないことも多いとの顧客の声から、半分の220gと賞味期限が長い（未開封1年）ごはんのおともを組み合わせたセットを提供（令和6年2月に試験的に販売）。
- ・また、「ふくやスマート便」の利用により、冷蔵保存でも賞味期限が比較的短め（約2週間）の「味の明太子」であっても、受取人の消費しやすいタイミングで受け取る日時を指定できるようにし、食べきれずに賞味期限をすぎてしまう事態を防ぐことも可能に。
- ・オンラインでの注文方法については、操作方法の説明や、画面の表示、ボタンの配置、表現の工夫など、顧客の声に応じて操作しやすいように随時改良を行うなど、きめ細かなサービスとなるよう取り組んでいる。

#### 顧客の声から生まれたセット



#### 取組効果

- ・お中元・お歳暮を中心としたフォーマルな贈答品の市場に加えて、家族間等親しい間柄向けに気軽に品物を贈るといったカジュアルな贈答品の市場を開拓して、若い世代の顧客を増やすことができた。

#### ふくやスマート便（SNS・メールで気軽に贈れるサービス）



#### ポイント

- ・時代の変化による顧客のニーズや価値観の変化にあわせて商品開発や販路開拓に取り組んだ。

#### 株式会社ふくや

<https://www.fukuya.com/>

所在地：福岡市博多区

従業員数：579名（2023年4月現在）

【作成日：2024年3月12日】

※ この事例集は、企業への取材を元に九州経済産業局消費経済課が作成しています。取材や資料提供等については当該企業から協力を得ていますが、記事の内容・表現等は九州経済産業局の編集によるものです。なお、この事例集は消費者とのコミュニケーションにより成長を図る企業の取組事例を紹介することを目的としています。掲載されている商品・サービス等について、九州経済産業局として推奨したり、その内容を保証することを目的としません。