

# 自らが顧客・事業者双方の窓口となって、地域の事業者と消費者をつなぐ

irodori合同会社（佐賀県唐津市）

カテゴリー  
B-1(4)  
B-2(4)

## 取組の背景・課題 - コロナの影響をECやふるさと納税でカバーしたいという経営者の新しい挑戦を後押ししようと考えた

- ・当社は、佐賀県唐津市の魅力を全国に発信すべく2017年に設立。ネットショップ「IRODORI からつ」の運営、唐津の観光情報の発信等に取り組んでいる。
- ・地元の青年会議所に所属する事業経営者の仲間の多くがコロナで売上を落としていた。売上減少をカバーすべく、ふるさと納税やECサイトに取り組もうとするが、「手が回らない」「パッケージデザインが苦手」「ノウハウや資金的に難しい」といった声が多かった。
- ・過去に広告代理店で勤務した自身のノウハウを活かしつつ、皆で資源を持ち寄れば「皆が笑顔になるような仕事」が実現できるのではないかと考えていた。

## アクション B-1(4)、B-2(4) 外部資源の活用、外部との連携

### リアルとSNSで事業者と密にコミュニケーション。消費者の声を反映する土台を構築。

- ・海産物、ハンバーグ、梅干し、焼き物、飲食店等、幅広い唐津市の16事業者（2022年1月現在）と連携。当社が結節点となり「唐津」というキーワードの元に商品プロモーションを行っている。
- ・直接訪問やLINEでこまめに連絡をとり、消費者に商品を出していくうえで事業者が困っていることを丁寧に聞き取っている。ここで培った事業者との密な意思疎通、信頼関係が、消費者の声をフィードバックし、商品づくりに活かしていく重要な土台となっている。

### 顧客の声をフィードバックし、第三者の視点で対応を提案。

- ・商品は当社がとりまとめ、自社のネットショップ「IRODORI からつ」や市のふるさと納税で提供している。ECやふるさと納税に挑戦するにあたり、商品の見せ方や打ち出し方に困っている事業者は多く、当社がテーブルコーディネーターやレシピの専門家と連携し、掲載内容を提案している。
- ・寄せられた顧客のリアクションはLINE等で細やかにフィードバックしている。ときには顧客の意見に納得できないという職人氣質の反応もあるが、当社が間に入って、原因をうまく聞き出したり第三者の視点で対応方法を提案したりすることで互いの信頼関係を維持している。
- ・これまで店舗での提供が前提だった事業者は、ECに適した提供方法や、どの方法を使えば何ができるのか十分に知らないこともある。例えば居酒屋の人気商品であるハンバーグについて、顧客から「あのソースもほしい」という声が寄せられた。最初は難しいという反応だったが、当社から味を一工夫して真空パックを使えば限りなく近い風味で提供できると提案し、新しい商品開発につながっている。
- ・当社では、業種の異なる複数事業者の間に入り、商品を組み合わせたセット商品等も企画している。

## 取組効果

- ・EC等の経験が少ない事業者でも、消費者に響く効果的な情報発信を実現。
- ・各事業者が実践可能な方法に落とし込むことで、商品に顧客の声を反映。

### ネットショップ「irodoriからつ」での掲載内容例



灯庵特製  
玄界灘産  
鯛茶漬



テーブルコーディネート等も当社でアレンジしている

(画像) 同社ネットショップより

## ポイント

- ・ノウハウと事業者との信頼関係を持った第三者だからこそできる顧客の声の活用と商品づくり。

## irodori合同会社

<http://irodori-karatsu.com/>

所在地：佐賀県唐津市

従業員数：3名（2022年1月現在）

【公表日：2022年3月14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ていません。