

こうして商談会に
挑みました!
サプライヤー
体験記

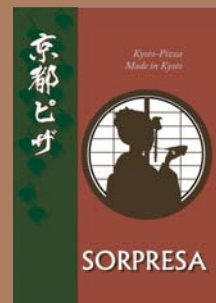
ソルプレーザ
笹井 信吾さん



七味を生地に練り込み、国産牛すじを
やわらかくなるまで煮込んだ「京都
ピザ」七味生地牛すじたっぷり九条葱



ピザを食べている舞妓さんが描かれた
ブランドロゴ



会社概要

ソルプレーザ

代表：笹井 信吾
住所：京都市中京区壬生土居ノ内町42-2
インフィニティー1F

TEL：075-322-5455
<http://www.kyotopizza.jp/>

事業概要
こだわりの京都の食材を使った安全
安心の手づくり冷凍ピザを宅配。

● 「どうやって売られるか」まで考えた提案を!

ピザを一つのツールとして、京都の食文化の魅力を多くの人に伝えたい…。そんな思いで、今から2年前に創業しました。宇治の抹茶やちりめん山椒を使ったマルゲリータ、伏見の老舗酒蔵の酒粕を練り込んだピザなど、安全・安心にこだわった一枚一枚手づくりのメニューは、「京都ピザ」のブランドで多くの皆さんに親しんでもらっています。

当社が商談会に参加したのは、今から2年前のこと。創業間もない頃で「B to C」の販路を何とか開拓できないかと考えたのがきっかけです。自社の商品には自信があったので、初めて参加したときには、すぐに商談が決まるだろうと思っていました。しかし、バイヤーさんから「このままで売るんですか?」と指摘されて、ハッとしました。

- ①紙容器やビニールに入っただけの簡単なパッケージで、冷凍ピザを製造してから店頭で並ぶまでの間、本当に商品の品質を保てるのか? 異物は入らないのか?
- ②一般的な市場流通品に比べて高めの価格設定だが、その商品の付加価値(こだわりの食材、安全・安心、無添加)を店頭で消費者にどのように伝えるのか?

これまでの認識の甘さが露わになるような内容ばかりです。バイヤーは一日に何十、何百というサプライヤーと商談します。売り手である私たちは、ただ単に商品を持っていくのではなく、「こんな人に、こういう売り方をしてください!」ということまで考えた提案をしなければ興味を持ってくれないことに改めて気づかされました。

● アドバイスの中に商機を拓くチャンスあり!

二年目は、バイヤーさんから指摘を受けた点を徹底的に改善して商談に挑みました。

- ①新鮮な冷凍ピザを衛生的に届けられるように、商品を真空パックできる専用機械を導入。
- ②「本格手作り冷凍ピザを家庭にお届け」というキャッチコピーを考え、舞妓さんがピザを食べているイラストをブランドロゴにして、商品の魅力や特徴が伝わるよう工夫。

その結果、1年目に指摘をしてくれたバイヤーさんからは「よく改善してくれた!」と言っていただき、高級スーパーや百貨店など複数の商談をまとめることができました。1年目の商談会でのアドバイスがなければ、2年目の成果はなかったと思います。京都の職人さんにとって、自信のある商品についてあれこれ指摘されることは良い気がしないかもしれませんが、仕入のプロであるバイヤーと一緒に商品を育てていくんだ…という謙虚な気持ちで商談会に参加することが大切だと思いますね。

バイヤーと二人三脚で商品を育てる