

# 価格転嫁実践事例

製造中止品を「高付加価値商品」へ再生！パッケージ刷新と適正価格設定で、営業利益率3.3%改善と大臣賞受賞を達成！

## 背景

原材料費の高騰により利益が出ず、主力となり得る焼き菓子の製造を中止せざるを得ない状況。利益を確保できる価格設定への自信が持てずにいた。

## 支援内容と取組

よろず支援拠点へ相談し、単なる再販ではなく「高付加価値化」を目指した。

- 公的支援でパッケージ刷新：「秋田県食品産業価格高騰対策事業」を活用。土産需要を意識し、高級感と秋田らしさを兼ね備えたデザインへ一新した。
- 「攻め」の価格設定：パッケージも商品価値の一部と捉え直し、自信を持って適正利益を乗せた価格を設定した。
- プライスラインの拡充：観光客や帰省客が手に取りやすいよう、箱詰め個数や価格帯のバリエーションを増やし、多様な贈答ニーズを取り込んだ。

## 成果

パッケージの刷新が認知度向上に繋がり、売上が増加。適正価格での販売により営業利益率が前年比3.3%改善。さらに、その商品力が評価され全国菓子大博覧会で厚生労働大臣賞を受賞した。

## 今後の展望

今回の成功モデル（リブランディング×適正価格）を他の商品にも横展開。新商品開発においても「最初から利益が出る設計」を徹底し、ブランド価値を高めていく。



業種  
飲食料品小売業  
(菓子小売業)

## 企業概要

従業員29名。昭和42年創業、和洋菓子の製造販売を行い、県内に4店舗を有する。取引先は一般消費者。

## 成功へのポイント

- 1 「値上げ」から「価値向上」への転換
- 2 ターゲットを意識した商品・価格戦略
- 3 原価計算に基づく適正利益の確保
- 4 公的支援策（補助事業）の活用