❶「フードメッセinにいがた」への出展に向け、支援セミナーや個別相談会に参加

あたりめのハレリー　（新潟市中央区／菓子・珍味の卸小売業）

卸売の販路を先行して拡大する目的で「フードメッセinにいがた2021」に出展

【事業内容】商品の値上げに伴い、商品パッケージをリデザイン。さらに自社のリブランディングやリニューアルした自社サイトのPRを実施する

●支援内容
- 展示会出展料補助
- 展示会出展対策セミナー2回
- 展示会場での個別相談

●事業成果
- 1年前から企画していた自社リブランディング並びにWebページのリニューアルのタイミングで展示会出展。
- 価格を再設定（値上げ）した直後だったので、仲卸やバイヤーの反応を直接確認することができた。
- 新パッケージデザインやWebデザインに合せたブースを展開。商談成立は3件で、販路拡大につながった。

産直サイト「新潟直送計画」に出店、その後、実店舗の「KITAMAE」(どちらも㈱クーネルワークが運営)にも商品を置いていただけた↓

❷「広報戦略塾」で合同記者発表会を実施し、新商品の広報宣伝に向けて支援

あたりめのハレリー　（新潟市中央区／菓子・珍味の卸小売業）

2021年4月に事業承継。ウェブサイト開設や商品パッケージリニューアルなど
自社リブランディングに伴い、広報戦略塾参加による認知度の向上を目指す

【事業内容】当社人気商品の「お試しセット」を販売し、SNSで販路開拓する

●支援内容

・プレスリリースセミナー
・記者発表会参加者向けセミナ・個別相談会
・第1回 新商品・新サービス合同記者発表会

●事業成果

・2/1より販売の少量パック3種セット「オタメシハレリー」は、目標2週間のところわずか1日で完売。
・SNS戦略におけるフォロワーは短期間で一定数獲得できたため、長期的に見て効果は得られた。
・ただし、お試し価格としてセットを安価に設定したので実際の売上にはほとんど結びつかなかった。

←オタメシハレリーは一番人気のカレーピーナッツなど人気のおつまみ３種類入りで販売し、好評を得た

報道関係各位
News Release ★ コロナ禍
2022年2月16日
あたりめのハレリー

限定300個が6時間で完売！
廃業危機の珍味行商、新規事業の「ネット通販」に手応え。
コロナ禍で販売先激減・イベント中止の二重苦を乗り越える起爆剤に
【国の補助金活用】【新潟商工会議所の助けも借りる】

コロナ禍で売上が激減。何とかしなければ。

【ハレリーのホームページ】「あたりめのハレリー」で検索して下さい。https://halery.jp

本件のお問合せ先
ハレリー
080-433

セミナーを経てプレスリリースを行なった結果、産経新聞への記事掲載に繋がった