

甘酒伸び悩み企業様
参入お悩み企業様必見!

大手も続々参入!!
市場はまだまだ拡大中!

酒蔵・醸造・発酵食品の経営者・経営幹部の皆様へ

年商 5 億円以下の食品製造業が

設備投資 **C** ゼロ

甘酒で
たった1年
で売上1億円

今も売れ続けている日本一の甘酒専門店が取り組んでいる

50の方法教えます。

- ☐ 売れる容量別・価格帯別アイテムMDの作り方
- ☐ 新規リピート率 30%越えの必勝フォロー策
- ☐ メディア登場率 100%の広報術
- ☐ 脱・属人的! 売れ続ける仕組み

特別講演

株式会社和僑商店 代表取締役
株式会社峰村商店 代表取締役社長
今代司酒造株式会社 代表取締役会長
葉茸 正幸 氏



古町糰製造所 |

「糰」ブームから火が付いた!
単品特化で年商2億円。今では直販、
卸で業績を伸ばす地域活性化先進企業。



今代司酒造
峰村醸造
越後味噌醸造



さらに、地元の酒蔵と味噌蔵を事業承継。
蔵をリニューアルして体験型蔵に。既存商品の
デザインからすべて刷新。観光客だけでは
なく、地元客も殺到した話題の蔵。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル ●お申し込みに関するお問い合わせ: 松本(京) ●内容に関するお問い合わせ: 中野

中小醸造メーカー向け経営革新セミナー

お問い合わせNo.S031365

TEL.0120-964-000

平日
9:30~17:30

FAX.0120-964-111

24時間
対応

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **031365**

急成長の「甘酒」導入で売上1億円増、今でも売れ続けている
日本一の甘酒専門店・醸造メーカー無料レポート

甘酒マーケティングは次のステージへ 脱・売りっぱなし！ 「売れ続ける仕組み」導入による ファン客化・信者客化 成功企業は全国に拡大中！

※下記は成功事例のほんの一部です。

圧倒的リピート率を生む
高頻度アプローチ



お土産・プチギフト比率大！
独自性甘酒は店舗の名物！



お客様の様々な要望に
応える品揃え・アイテム展開



一年間飽きさせない！
季節限定・フレーバーの特別感



お得意さんが目に見えて減ってきた・・・。
新商品を出しても売れない、何を造ったらよいか
分からない。業績アップは限界??
醸造業界共通の悩みに私もぶつかっていました。



【ピックアップ事例企業の紹介】

企業名：株式会社和僑商店 代表取締役会長
株式会社峰村商店 代表取締役社長
今代司酒造株式会社 代表取締役会長 葉菴正幸 氏

所在地：新潟県新潟市

古町糴製造所にて甘酒・糴文化をひろめた、甘酒ブームの立役者。その後、新潟の日本酒蔵・味噌蔵など小さな老舗醸造メーカーを次々と再建、リブランディングを行いグループ化。地域コングロマリット企業として注目を浴びている。

3分で読める無料レポート！

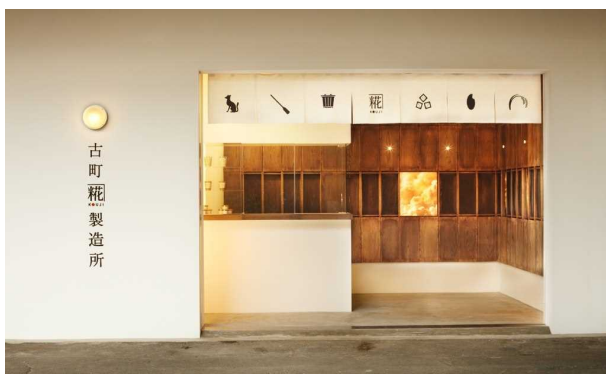
醸造業界ならではの！「甘酒」カテゴリーの一点突破戦略で、売上、利益、キャッシュフローを大幅改善！全国の中小醸造メーカーが注目するビジネスモデル

和僑商店は、糴をコンセプトにした古町糴製造所をオープンしました。その後、新潟ものづくり企業の再建をミッションとし、新潟県内の醸造企業を一社ずつ再建していきました。今では、日本酒の今代司酒造、味噌製造の峰村醸造・越後味噌醸造などの醸造企業グループとなりました。各企業に共通しているのは安定期の衰退産業であること。**衰退産業の醸造マーケットでは例えヒット商品を開発し続けても伸びが止まります**。これ以上の成長を実現する起爆剤はないかを常に考えていました。

糀ブームの火付け役と言われた古町糀製造所は 順調、酒蔵はデザインを重視した日本酒が大 ヒット！！ただ、その先の展望が見えない・・・ 「何か手はないか・・・」と悩む日々。

我々の醸造事業のスタートであった「古町糀製造所」は
「糀」をコンセプトにしたブランディングが時代にマッチし
次々とヒット商品が生まれ、都心への出店なども重なり比較的
順調に推移していました。その後、和僑商店グループの今代司
酒造が出した「錦鯉」という日本酒がデザインも話題を呼び、
国際的なデザイン賞を多数受賞するなど大ヒット。ただ、大
ヒットしたのは良かったのですが、グループの味噌醸造企業も
含めて、その後はヒット商品がなかなか生まれません。当時は、

- ・ **コンセプト設計やデザイン先行で商品が売れるが、
発案が私個人に依存し、各社が永続的に儲かる仕組みになっ
ていなかった**
- ・ **製造キャパが限られているためこれ以上販売を増やせない
という悩みを持っていました。**



急成長の「甘酒」導入で売上1億円増、今でも売れ続けている 日本一の甘酒専門店・醸造メーカー無料レポート

古町糴製造所ブランドの成長と比べると、衰退市場の日本酒や味噌業界で新商品を作っても、想像を超えるような爆発的かつ継続的なヒット商品になりにくいと感じました。

また、同業他社から、「醸造メーカーでは、原料を仕入れて長い時間をかけて製造し、販売して現金回収に至るまで一年程度かかる。醸造業は業績アップだけではキャッシュフローもなかなか改善しない。なんとかしたい。」という声もよく耳にしていました。

当社もグループ全体での売上は確実に伸びていましたが、事業として見ると醸造業特有のサイクルのためにキャッシュフローはなかなか改善せず、今後の発展と成長のためにも、その部分は大きな課題でした。



成長カテゴリーの「糀」で伸びた自社。衰退市場での商品開発ではなく、伸びている市場、成長カテゴリーでヒット商品を作ることに着目。

このような状況の中、原点に戻り古町糀製造所の成長を振り返ると、

- ・ 伸びている市場、『成長カテゴリー』での展開
- ・ 女性や若い世代もお客様にできる商品開発

この2点が醸造業界には必要だと感じました。当時ブームの兆しがあった美と健康マーケットに着目し、日本酒でも味噌でも「甘酒」、それも、新たな飲料として受け入れられやすい「ストレートタイプ甘酒」をきっかけに展開して行こうと決意しました。そして、甘酒カテゴリーの徹底強化でグループ内の各企業からヒット商品が続出し、製造から販売・回収までの期間が短縮し、キャッシュがどんどん貯まっていく好循環の波にのることができました。



大手をはじめとした競合企業も増加、
「ブームは去った。売れなくなった。」の声も
聞かれるが、**「売れ続ける仕組み」**
により今も順調に拡大中。

甘酒は、今日では多くのメディアで取り上げられ市場も拡大、
大手をはじめとした競合企業も増えています。しかし、私は、
競争に対しての不安・心配は実はまったくありません。なぜ
なら、甘酒は各企業やその地域の「色」を出しやすく、それ
ぞれのファンをつくることができ、お客様としっかりつな
がっていれば“浮気”をされにくいためです。

**「蔵のお酒や味噌と同じ糀を使って」「地域の米を使って」
「糀のしっかりしたタイプ」「さらりと飲みやすいタイプ」
など、様々な展開が可能です。酒蔵にとっては革命商品とな
る『酒粕糀甘酒』も生まれました。**

設備投資をし生産体制を整え、グループ企業でそれぞれ特長
のある甘酒商品を開発しました。

直売店、通信販売、物産展などで売上はすぐに上位になりま
した。甘酒をきっかけに企業のこともしっかり知っていただき、他の
商品の販売にもつながっています。

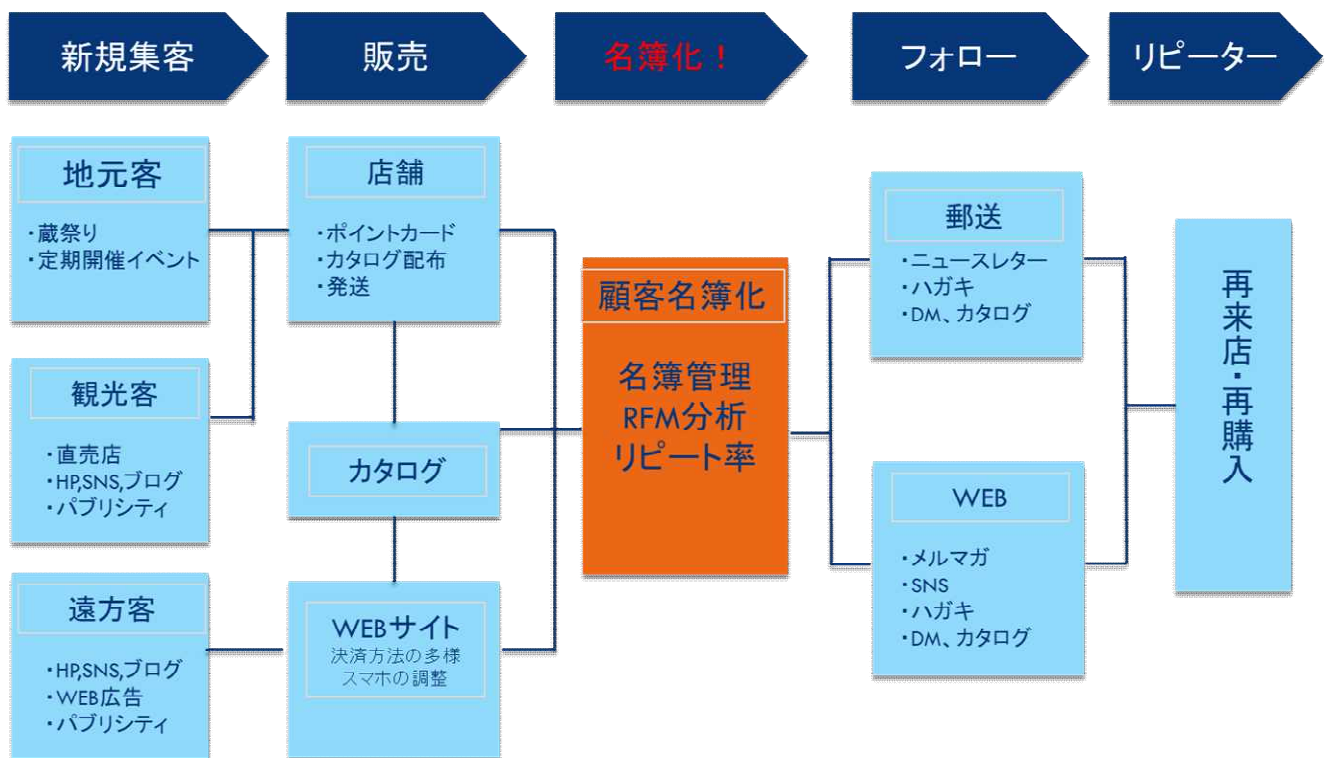
何より、現金化までのサイクルが2ヶ月（60日）と短いた
め、キャッシュフローの改善、経営の安定につながっている
点がとても大きいです。

急成長の「甘酒」導入で売上1億円増、今でも売れ続けている 日本一の甘酒専門店・醸造メーカー無料レポート

甘酒をきっかけにして卸や直販・通信販売でのビジネスチャンスも増加しました。

甘酒ブームの中、競合の増加も心配ではありましたが、かつての「売りっぱなし」から脱却し、「売れ続ける仕組み」の構築により、お客様のリピート購入につなげているため順調に拡大しています。

【お客様をファン化・信者客化し売れ続ける仕組みフロー】



また、甘酒プリンや甘粕漬などの関連商品も開発し、次のステージに進んでいます。これからもグループ一丸となって甘酒を通じた発展に邁進してまいります。



成長カテゴリーの甘酒 市場に参入して良かった ことは…

- ①今も伸びている成長市場なので、作れば作るほど売れていき、独自性のある甘酒としてシリーズ化できた。
- ②直売店、通信販売、物産展、卸などすべての販路、業態でも売れる商品ができた。
- ③今まで接点が少なかった、若年層や女性のお客様から支持され、将来の見込み客が増えた。
- ④甘酒をきっかけに他の商品も売れるようになった。
- ⑤製造スタートから1ヶ月以内で商品が完成。2ヶ月以内で現金となるので、キャッシュフローが安定した。
- ⑥「売れ続ける仕組み」導入により売上が拡大した。

その結果

たった1年で、グループ内の醸造企業は
年商に1億円の売上を“付加”
することができました。
そして今、次のステージへ！

今こそ戦略が必要になる甘酒ビジネス。 安定的売上確保&キャッシュフロー改善が 「設備投資ゼロ」でできる方法があります。



こんにちは。私は、株式会社船井総合研究所、フード支援部の中野一平と申します。
食品製造業の直販強化や商品開発に、15年以上関わらせていただいております。

今回取り上げました和僑商店様での取り組みは、今日の多くの醸造企業が抱える課題を解決する大きなヒントになるかと思います。ストレート甘酒を軸に、伸びている市場で展開し、業績を上げている企業は実際に多数あります。

葉葺社長がレポート内でおっしゃっていたことをまとめますと、甘酒ブームの今、成功のポイントは以下の3つです。

甘酒ブームの中、中小醸造メーカーが甘酒導入で成功する3つのポイント

その1. 自社の独自性を出せる甘酒が必要

その2. 「売れ続ける仕組み」導入が必要

その3. キャッシュフローの改善

1. 自社の独自性を出せる甘酒が必要

拡大を続ける甘酒市場ですが、競合商品を見かけることも多くなりました。各社が甘酒を品揃えに加える中、「自社の独自性」を打ち出すことが大きなポイントとなります。ベースとなる米、麴を自社製造や地域のものにすることでそれは解決します。例えば、酒蔵では秣甘酒に自社の酒粕をブレンドした「酒粕甘酒」も可能となりました。逆に言えば、それだけのことでカンタンに独自性を出せるのです。

2. 「売れ続ける仕組み」導入が必要

「売れなくなった」という企業の多くに見られるのが「売りっぱなし」です。卸先への提案はもちろんのこと、直販・通販で買われたお客様に対して何もしていない、では競合増加の中、売上拡大は困難です。ズバリ、「売れ続ける仕組み」の導入が必要となります。

3. キャッシュフローの改善

醸造商品は、原材料を仕入れてからお金になるまで半年～1、2年かかります。一方、甘酒は、米を手に入れてから2ヶ月以内に現金化が可能です。「すぐ出来、すぐ売れ、すぐお金になる」甘酒によりキャッシュフローが大幅に改善します。

『もうブームは終わったんじゃないの！？』 『売れなくなった！』という方にお伝えしたい **売れ続ける企業が実践していること**

ここまで読まれて、このように感じている方も多いかと思います。結論を申しますと大丈夫です。この1～2年、競合も増え、大手企業も設備投資をし、本格参入してきています。つまり「市場が拡大して、より甘酒が身近な商品になっている」ということなのです。ニッチな商品では上位企業しか売上は得られませんが、市場拡大商品は多くの企業で売上を上乗せできます。「競合が増えて自社の甘酒は売れなくなる」ではなく「うちのお客様が甘酒“も”買ってくれるようになる」のです。しかし、「単なる甘酒」では埋もれてしまうのも事実です。ポイント『自社ならではの・独自性のある甘酒』を造るか、そして、何度も申しますが『売れ続ける仕組み』の導入です。

また、ストレートタイプ甘酒の商品化が難しいことも存じ上げています。設備投資も確かに高リスクです。そこでポイントになるのがOEM活用です。ズバリ、和僑商店グループでのOEM製造、ノウハウ提供が可能です。ご希望のお米やタイプ・酒粕ブレンドで造れるため、貴社のオリジナル商品として展開でき、先にお伝えした自社の独自性を訴求できます。

全国の中小醸造メーカー経営者様へ
**急成長の「甘酒」を最短最速60日
設備投資ゼロで導入！**
**さらに「売れ続ける仕組み」をつくり
経営革新を実現するセミナー**

まずは、本レポートを最後までお読みいただき、ありがとうございました。醸造業界の企業の多くが、消費者の使用量の減少や、ライフスタイルの変化による市場の縮小、シンプルに「売れる商品が見つからない」という不安を抱える中、**甘酒カテゴリーでマーケットを創造し、グループ全体で拡大を続けている「古町糴製造所」**を運営する株式会社和僑商店の葉葺社長。

同様の課題に悩む、醸造企業の皆様には、葉葺社長のお話から学んでいただけることは沢山あるでしょう。

今回、同じ課題に悩む醸造業界のためなら特別にということで、葉葺社長にこれまでの取り組みやOEM展開についてセミナーでご講演いただく機会をご用意致しました。経営者の皆様にとっては大変貴重な1日になると思います。是非、自社の今後の展開を学ぶ1日にしていただければと思います。本セミナーで学べることのほんの一部を次のページにまとめてみました。

(→→→次頁へ)

セミナー当日に学べる具体的なポイント 「売れ続けるために取り組んでいる50の方法」 より、ほんの一部をご紹介します

- ①最新の甘酒マーケット動向
- ②甘酒ビジネスの収益モデル
- ③今、売れる甘酒のポイントとは～価格と容量～
- ④売れる甘酒展開 & 品揃え必勝法
- ⑤設備投資ゼロでできる甘酒展開
- ⑥キャッシュフロー2ヶ月サイクルの仕組み公開
- ⑦甘酒OEM 1ロット本数 & 必要なお米の数量公開
- ⑧全国の甘酒導入企業事例公開
- ⑨卸・直販、チャネル別販売戦略
- ⑩中小醸造メーカーの永続的成長 & マーケット付加戦略
- ⑪和僑商店グループの甘酒営業手法
- ⑫甘酒の蔵カフェ鉄板メニュー化
- ⑬認知度大幅アップ地元お披露目会の開き方
- ⑭全国に知らしめるメディア向けリリース活用術
- ⑮一年中お客様にアプローチする通信販売
- ⑯リピート率アップに直結する定期購入導入術
- ⑰甘酒から自社へのロイヤリティを高める啓蒙活動
- ⑱甘酒客に甘酒以外の商品購入を促すお声掛け
- ⑲甘酒を活かした新商品 & コラボ商品最新事例公開
- ⑳甘酒成功企業のこれから、次のステージへ

明日から経営のヒントになるスグに役立つ！ セミナー当日に学べる具体的なポイント

(一部をご紹介)

いかがでしょうか？

衰退市場でヒット商品を作るのではなく「持続的に成長できる成長マーケットでの商品開発」をすることが企業に活力を生みます。それを設備投資ゼロで実現し、かつ経営のキャッシュフロー改善に直結するのが「甘酒マーケットへの参入」なのです。そして、「売れ続ける仕組み」の導入により安定売上も確保ができます。

ぜひ、少しでも関心をお持ちになり、自社の経営を成長ベクトルへシフトさせたいとお考えの経営者様はぜひ、本セミナーにご参加下さいませ。

東京にてお会いできることをスタッフ一同楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所 フード支援部一同

参加してよかった！の声多数

甘酒セミナーご参加のお客様の声

(一部をご紹介)

OEMにチャレンジしたいーが既存の店の甘酒同様の
時になるが、コストの面等不安な事が多い。
しかしながら夏も冬も地域の人に当店の精甘酒を
提供したいという思いが強い

たくさんありすぎて書ききれません。
消費者、地元とのコミュニケーション大切さや
味の豊かさを提供していくことは、改めて企業活動を行う上で
意識していきたいと思っております。
即ち当社の蔵においてもイベントを実施したいとも思っています。

④2020年以降のセリも得ました。
⑤OEMは売上換手銀なから、自社製造に
またありたいから...
⑥価格を今の半にするこれ。

・商品コレアトは出来てきた所、おネルも知程度見えて来た段階として。
・イセ組作りに入りたい。
・メテ付飲食会等はやってみたいがノウハウが...
・アワードバックも秋流び作成しているが、ブラッペアップ
・ランタイムペーパー作成中。

甘酒を通じて商品のセーリスに関するヒントを得た点がありました。
自身の思い込みだけで行動するだけでなく、この様な簡潔から
ヒントを得て

現在甘酒の販売は行っていないが
思い込みだけで施策を行って見たい。
ラベル甘酒の味、ストーリー等、改訂作成して行うと見たい。
通販の再度見直し。

直前にして、甘酒を含む商品の季節訴求、販路探索、栽培記を
通じあつたりする。そして...とある。明日より、その実践
して、それを見たい。

・OEM
・ジョーシエーティンダでは。

甘酒を販売は業販への期待が強いと見られ、それと並行してのノウハウは必要
と見られる。

OEMを利用して販路でできるのではないかと。
今秋から本格的に参入したい。
500ml, 700mlも考えている。



中小醸造メーカー向け 経営革新セミナー

【開催日】2018年 5月25日(金) 株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

【開催時間・定員】 13:00 ~ 16:50 / 30名限定

セミナー講座カリキュラム

講座	内容	講師
第1講座 13:00 ~13:30	中小食品メーカーの甘酒戦略	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中野 一平
第2講座 13:40 ~14:40 (終了後、質疑 応答・お名刺交 換15分予定)	醸造業だからこそ！ 甘酒ビジネスのステップアップ！ 糀ブーム前から甘酒に注目し、いち早くビジネスと して取り組んできた葉葦社長より、甘酒ビジネスの 優位性とポイント、そして「これから」について本 音でお話しいたします！	株式会社和僑商店 代表取締役会長 葉葦 正幸 氏
第3講座 15:05 ~16:20	具体的売上アップノウハウ公開 売れ続けるための50の手法	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中渕 綾
まとめ講座 16:30 ~16:50	まとめ講座 これからの進め方	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中野 一平

講師紹介

株式会社和僑商店 代表取締役会長 葉葦正幸氏



古町糀製造所にて甘酒・糀文化を世に知らしめた、甘酒ブームの立役者。その後、新潟の日本酒蔵・味噌蔵など小さな老舗醸造メーカーを次々と再建、リブランディングを行いグループ化。地域コングロマリット企業として注目を浴びている。



株式会社船井総合研究所 フード支援部
チーフ経営コンサルタント 中野一平

新潟大学教育学部卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。主に日本酒、調味料などの醸造業や漬物などの食品メーカーでのコンサルティングを行っている。船井流即時業績向上法を落とし込んだ「造り手の想いを伝える」通販や体験付加型直販を得意としている。これまで500件以上の様々な食品の直販事例に携わり、四季を通じたイベント、通信販売、固定客化、蔵祭り・工場祭などで実績を上げている。特に蔵祭り・工場祭の年間ご支援数は船井総研で最も多い。



株式会社船井総合研究所 フード支援部
チーフ経営コンサルタント 中渕 綾

同志社大学経済学部卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。主なコンサルティング領域は飲食店や食品メーカー、食品卸でありその中でも飲食店のインターネット集客、食品のEコマース（通信販売）での実績が豊富である。また調味料メーカー、酒販店、和菓子、洋菓子、焼肉、飲食業、弁当など食品関連の業種におけるコンサルティングはほぼ網羅しているため、インターネットのみにとられない集客手法・販売促進においても実績が豊富である。

株式会社船井総合研究所とはこんな会社です

「お客様の業績を向上させること」を最重要テーマとし、現場の即時業績アップ支援に強みを持ち、独自の経営理論に基づくコンサルティングを行っている。

また、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとし、企業の本質的な「あり方」にも深く関与した支援を実施している。その現場に密着した実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界から高い評価を得ている。

日時・会場

東京会場
2018年5月25日(金)
(株)船井総合研究所 東京本社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

開催時間

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分
開始 13:00 ▶ 終了 16:50 (受付12:30より)

受講料

一般企業 税抜 30,000円 (税込32,400円) / 一名様
※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願い致します。
●受講料のお振込は、開催日の1週間前までにお願い致します。 ●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡下さいませようお願い致します。それ以後のお取消しの場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus(無料お試し期間は除く)、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

下記のFAX送信用お申込用紙をご利用下さい。
お申込頂きました後、郵便にて「受講票」と「会場の地図」をお送り致します。万が一週間前までにお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡下さい。

お振込先

下記口座に直接お振込下さい。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785972 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
お振込口座は当セミナー専用の振込先口座となっております。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
株式会社 船井総合研究所
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) FAX 0120-964-111 (24時間対応)
● 申し込みに関するお問い合わせ：松本(京) ● 内容に関するお問い合わせ：中野

※受講票の発送をもってセミナー受付とさせていただきます。

中小醸造メーカー向け経営革新セミナー

FAX:0120-964-111

お問合せNo. S031365					担当	松本(京) 宛	
フリガナ	業 種			フリガナ	役 職		年 齢
会社名				代表者名			
会社住所	〒	フリガナ			役 職		
		ご連絡担当者					
TEL	()			E-mail	@		
FAX	()			HP	http://		
ご参加者氏名	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	
	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	
	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	
	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	
	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	
	フリガナ	役 職	年 齢	フリガナ	役 職	年 齢	

今、このお申し込み用紙を手になされている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。そんな勉強熱心なあなたは今現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか？

【現状の課題をできるだけ具体的に整理して下さい。】

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、無料個別経営相談を行います。(どちらかに☑をつけて下さい。)

☐ セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。

☐ セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があれば☑をお付け下さい。

☐ FUNAIメンバーズPlus

☐ その他各種研究会(研究会)