



34年間の持続的成長で

グループ
年商

約30倍!

焼酎ブーム終焉後も...

8年連続増収増益を

実現する次世代の販促モデル大公開!



◆ 合資会社 光武酒造場

佐賀県鹿島市にある創業330年になる老舗酒蔵。代表清酒「光武」、焼酎ブランド「魔界への誘い」、リキュール、発酵食品製造・販売を行う。1984年に社長就任後、年商5,700万円の酒蔵をグループ年商16.5億円にまで成長。現時点で8年連続の増収増益を達成している。

合資会社 光武酒造場
代表社員
光武博之氏

特別無料
レポート在中

5分で
読める!

「光武酒造場」の日本初の挑戦!

広報・PR戦略による持続的成長の秘密とは!?

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

株式会社 船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4丁目4-10

中小醸造メーカー向け経営革新セミナー

TEL.0120-964-000

平日 9:30~17:30

FAX.0120-964-111

24時間
対応

お問い合わせNo.S040206

お申込みに関するお問合せ:星野 内容に関するお問合せ:久嶋

なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで 今なお持続的に成長ができるのか？

特別インタビュー

消費量が落ちる醸造業界の中で
日本酒・焼酎を売って安定成長！

2018年現在、グループ年商16.5億円
8年連続増収増益実現の秘密に迫る



光武酒造場と言えば、芋焼酎ブランド「魔界への誘い」である。
日本酒・焼酎消費量の減少に反比例するように34年間右肩上がりで売上
を伸ばしている。



縮小市場で戦う食品メーカーにとって、理想的成長を遂げる光武酒造場

しかし、社長就任当時、売上5,700万円の赤字企業…
現光武社長が継承しなければ、**廃業を考える酒蔵**だった。

成功ストーリーは次のページから ▶▶▶

なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで 今なお持続的に成長ができるのか？



年商5,700万円の**赤字スタート**…

縮小市場における限界から脱却！

1984年に3名体制でリスタートした光武酒造場、初期は社長個人の営業で売上1億円まで持ち直し、黒字化を達成。一方で、消費量のピークを終えた清酒だけでは市場の大きさ、地元でのシェアに限界を感じていた。

脱・縮小マーケットのため、中・北九州において**空白マーケットであった芋焼酎**の製造をスタート。この芋焼酎-魔界への誘い-製造をきっかけに、縮小市場で伸び続けるための3つのポイントに気が付いた。



縮小市場で伸び続けるための**3**つのポイント

ポイント

1

同業他社がしたくないことを行う！
同業他社がしない空白マーケットを獲得する

ポイント

2

商品開発から新マーケットの獲得！
伸びている市場、または規模の大きい市場で売る

ポイント

3

売ることができる取引先と付き合う！
慣れ親しみて卸すのではなく、売る力があるところに卸す

なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで 今なお持続的に成長ができるのか？



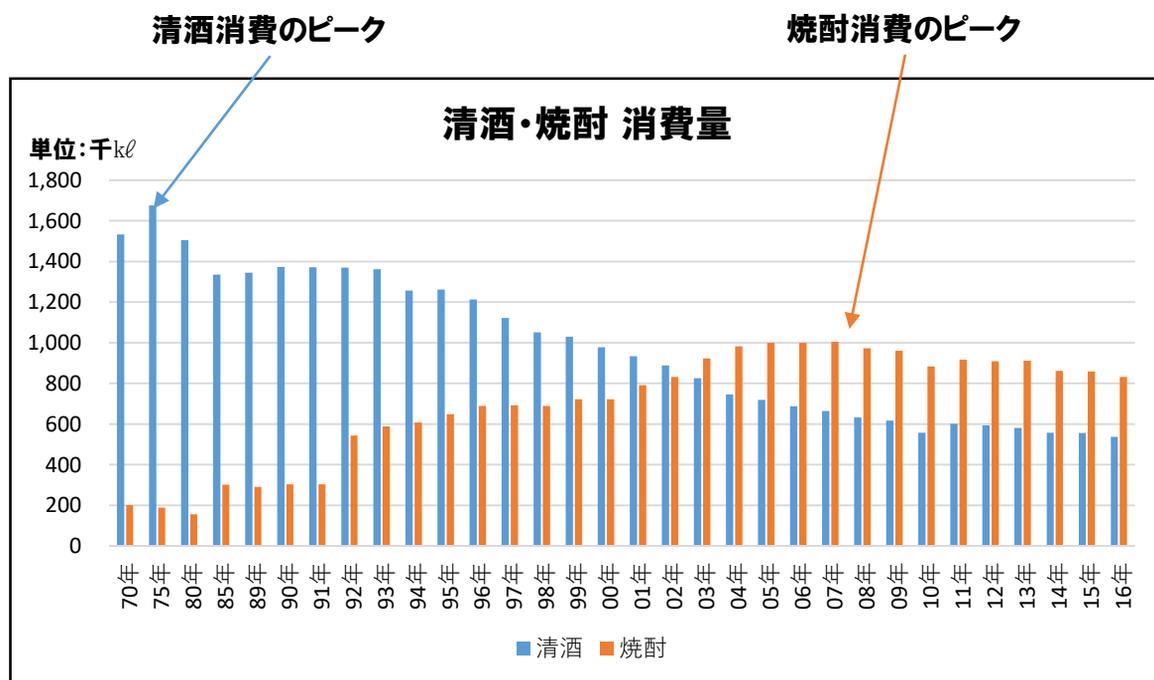
消費量の減少、マーケットの限界だった…

同業他社がやらない**空白マーケット**獲得で急成長

この3つのポイントに気付き、北九州の酒造が作る焼酎-魔界への誘い-・季節商品・ギフト・観光菓子と醸造メーカーが手を出せていない**新たなマーケットの獲得**に動き出す。

現在では、酒に関わる商品として、「肥前屋」ブランドによる観光土産、菓子のマーケット獲得にも成功。

このように清酒、焼酎の消費量ピークは過ぎている中でも、8年連続増収増益を続けることができている。



なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで 今なお持続的に成長ができるのか？



杜氏
吉田龍一



売る卸・売れる消費者直販を優先！

1つの販路に依存しない体制づくり

「直販なんてありえない」当時の風潮として、そのような考えの卸問屋も少なくなかった。しかしながら、伸びていない販売店と付き合い続けて心中するわけにはいかない。

お付き合いのある卸を切る必要はないまでも、食品メーカーとして売れる卸先の開拓は必要不可欠だった。

そのため、東京での販売機会が増えた-魔界への誘い-を基に、1県1卸の特約店営業をかけ、一気に販路を拡大する。

更に卸だけでなく、通販カタログ、オンラインショップ、観光地店舗と徐々に直販部門も展開。食品メーカーとして、安定感のある体制に成長した。



直販ブランド「肥前屋」オンラインショップ

季節カタログ(2018年夏)



なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで今なお持続的に成長ができるのか？



更なるブランディングにメディア活用…

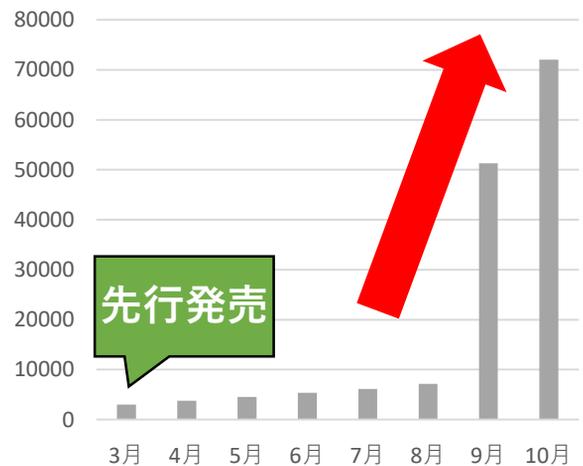
新時代の販促手法 = 広報部隊を新設！

2018年夏、新商品がYahoo! ニュースに2度取り上げられ、全国発売から2ヶ月間で65,000本(900ml換算)販売を記録した。永井豪氏の漫画デビルマン×魔界への誘いのコラボ商品である。

今年新設した**広報部隊(担当者1名)**によって実施した広報活動でメディア掲載の連鎖が続く。特筆すべきは、東京で実施した新商品プレス発表会がYahoo! ニュースに2度も掲載となり、更なる第三者評価の獲得に成功したことである。

2019年には更なるコラボ商品や新商品開発を既に進めており、メディア活用による指名度アップをより高めていく。

デビルマン販売本数(累積)



Yahoo!ニュースより

全国発売



なぜ光武酒造場は縮小するマーケットで 今なお持続的に成長ができるのか？

光武酒造場が実行したことは…

縮小市場で伸び続けるための**3**つのポイント

- ポイント 1** **同業他社がしたくないことを行う！**
同業他社がしない空白マーケットを獲得する
- ポイント 2** **商品開発から新マーケットの獲得！**
伸びている市場、または規模の大きい市場で売る
- ポイント 3** **売ることができる取引先と付き合う！**
慣れ親しみて卸すのではなく、売力があるところに卸す

その結果

商品カテゴリーの付加を繰り返し、
年商5,700万円から16.5億円達成！
鹿島酒蔵ツーリズム®、六次産業化酒蔵等
同業他社のやらない数々の日本初！
そして今…次のステージへ！



脱・現状維持！！

縮小マーケットにおける時流適応型経営

こんにちは！(株)船井総合研究所の久嶋(ヒサシマ)裕介です。
 成功事例レポートはいかがでしたでしょうか。
 当レポートの光武酒造場様も酒という縮小する市場の中で、
新マーケット獲得、そのための**商品開発**を繰り返しながら
 時流に適応した経営を続けてきた成功企業です。
 一般的なメーカーとのビジネスモデルの違いは下記をご覧ください。



株式会社船井総合研究所
 食品メーカーチーム 久嶋 裕介

事業ドメイン

成長ベクトル

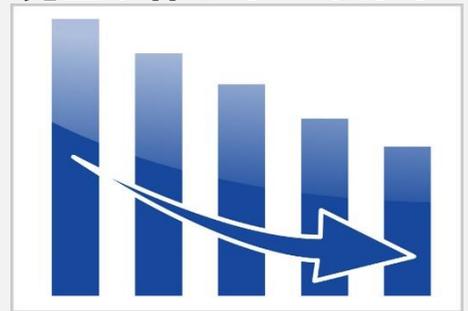
業績

一般的なメーカー



		商品・サービス	
		既存	新規
市場販路	既存		
	新規		

縮小市場で商品を変えず
 売上が伸びることはない



縮小するマーケットで、同じ商品を同じ顧客に売っていても100%業績は下がる

光武酒造場



		商品・サービス	
		既存	新規
市場販路	既存		
	新規		

新マーケットを獲得する
 新商品で**多角化**戦略



時流適応した新マーケット獲得・新サービスによる多角化戦略で8年連続増収増益

2018年 誌上特別講座

光武酒造場様では持続的成長を遂げるために、縮小マーケットから伸びている新マーケットの獲得、新商品開発と多角化戦略に取り組まれています。これは、レポートをお読みの食品メーカー全ての企業様に当てはまる成長のモデルです。

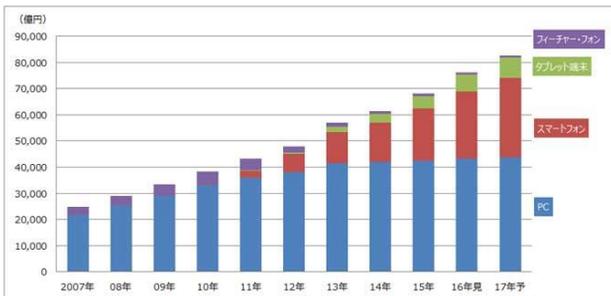
縮小マーケットにおける時流適応型経営の3ポイント

ポイント1. 伸びている新マーケットの獲得・拡大

光武酒造場様は、これまで以下のようなマーケットを獲得してきました。

1. 単品で1.5億円を売る-魔界への誘い-で焼酎マーケット獲得（当時伸長↑）
2. 1県1卸戦略で全国特約店営業！卸マーケット拡大（当時伸長↑）
3. BtoC直販参入で直販比率10%！通信販売マーケット獲得（現在伸長↑）
4. 酒蔵ツーリズム®、直売店出店、観光菓子で観光食品マーケット獲得（現在伸長↑）
5. ギフト商品強化でギフトマーケット獲得（現在伸長↑）
6. 海外貿易！輸出マーケット獲得（現在伸長↑）

通販形態別(EC)市場(小売りベース)

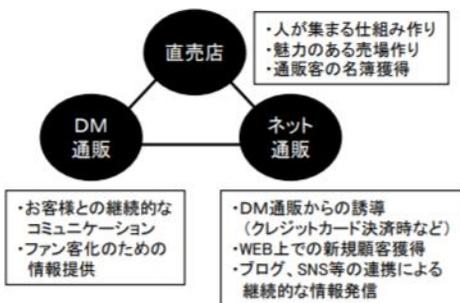


国内旅行者・訪日外国人による土産・食品の年間消費額動向



	2015年度				2016年度				2017年度			
	国内 宿泊客	国内 日帰り客	訪日 外国人	合計	国内 宿泊客	国内 日帰り客	訪日 外国人	合計	国内 宿泊客	国内 日帰り客	訪日 外国人	合計
土産・買物代	1,863,369	850,717	1,453,900	4,167,986	1,806,118	914,040	1,426,100	4,147,158	1,880,320	923,764	1,639,800	4,443,884
うち食品	1,426,948	801,964	260,298	2,289,210	1,412,229	637,490	289,562	2,339,221	1,428,500	661,298	846,697	2,495,495
食品比率	77%	71%	18%	65%	78%	70%	20%	66%	76%	72%	21%	65%

ポイント2. 直販ブランド「肥前屋」で直売店・DM・ネットを連動



直売店に来ていただいたお客様の名簿を獲得し季節ごとのダイレクトメールを送付することで継続的に購入いただけるよう仕組みを作ります。また、通販サイトを立ち上げWEB上での新規顧客の獲得や情報発信、DM通販客の受け皿とします。これらは全て連動させることにより、それぞれ相乗効果で直販売上を上げていくことが可能となります。

ポイント3. 魅力的な“尖った商品”による話題作り

新マーケット獲得のためにも、新商品開発は欠かせないものになります。光武酒造場様はメーカーとして「日本初」「佐賀」「コラボレーション」をキーワードに“尖った商品”を次々と開発しています。また、販促手法は**広告から広報へ**と遷移しており、担当者1名によるメディア活用で全国発売2ヶ月で65,000本販売したような爆発的な売上を達成したのです。

上記3つのポイントを実施され、光武酒造場様は年商16.5億円を突破しました。

34年にわたり成長を続ける光武酒造場の 時流適応戦略大公開！ 経営革新セミナーのご案内

光武博之社長
特別ゲスト登壇

東京

2019年
2月8日（金）

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。

今、食品メーカーの経営者様の多くが、消費量の減少、ライフスタイルの変化によるマーケット縮小に突破口を見いだせずにあります。

そんな中、新マーケット獲得のため、商品開発を実施し続け、更に新商品を圧倒的に売る光武酒造場。

同様の課題に悩む食品メーカーの皆様にとって、本レポートでご紹介した具体的な取り組みは、意欲ある皆様のような経営者であれば実現できるものばかりです。

しかし、取り組みの手順やアプローチ手法を間違っでは、どんなビジネスも成功には至りません。最短で成功させるためには、力をかけるポイントに専念してスピード感をもって結果をだすことです。

今回のセミナーでは、誌上でもご紹介した醸造業界では有名ながらも表に出られていない合資会社光武酒造場の光武博之氏をお招きし、社長就任から現在までの推移と成功に至った経緯をご披露いただきます。

1日限定！今後も開催は予定していない特別なセミナーになります。このセミナーは講義を聞いて勉強していただくものではなく、翌日から実践し即時業績向上していただくことが一番の目的です。そのため、公開するノウハウは最新かつ超実践的レベルのものばかりをご用意しております。

このセミナーで学ぶことができる内容のほんの一部をご紹介しますと…

当日セミナーで学べる具体的ポイント

- 1、食品メーカーにおける卸・直販事業の現状と今後
- 2、徹底分析！伸びている企業は何故こんなに伸びているのか
- 3、食品マーケットの実情！縮小マーケットにおけるメーカーの生きる道
- 4、グループ年商16.5億円！売上29倍の軌跡
- 5、光武社長が考える新マーケット獲得のポイントとコツ
- 6、価格決定権を握った販路拡大の手法
- 7、自社ブランドの価値を落とさない販路開拓手法
- 8、情報発信を兼ねた東京飲食店との連携
- 9、伸長マーケット獲得のための商品開発
- 10、酒蔵が菓子・食品を製造！？OEM商品で新マーケット獲得の方法
- 11、縮小マーケットでも負けないための商品戦略
- 12、他社とのコラボレーションによる幅広い展開
- 13、担当者1人で行う新たな情報発信手法とは
- 14、半年に全国メディア11本に取り上げられるリリース活用戦略
- 15、新規客が殺到！2か月で65,000本販売するプレス発表会の秘訣
- 16、自社に人が集まるテーマパーク化のための取り組み
- 17、蔵見学から直売店への一貫した顧客導線
- 18、観光客が思わず買いたくなる！専門店型観光土産商品のつくり方
- 19、買いっぱなしで終わらせない！高リピート率達成の方法
- 20、DM客を安心させ、新規を作るオンラインショップ展開術
- 21、置いておくWEBサイトから売上を作るWEBサイトへの展開手法
- 22、VIP客の離脱防止！CLUB光武ファンを囲い込む
- 23、ファンを育成するかわらばん&メルマガ活用
- 24、数々の日本初チャレンジを成し遂げる社長の考えとは
- 25、日本初の6次産業化酒蔵への道のり
- 26、同業酒蔵のM&Aの真意
- 27、数年で後継者に悩む同業社2社を傘下に！業績をV字回復
- 28、酒蔵ツーリズム®の実態！同業他社まで巻き込む企画力
- 29、目指せ100,000人！酒蔵が行う集客力No.1の地域イベントとは
- 30、地域で愛される食品メーカーになるための取り組み
- 31、さらなる成長に向けて今後取り組む海外戦略
- 32、社員を幸せにするマネジメントの取り組み
- 33、小さくても強い会社のつくり方
- 34、グループが核となり街づくり新会社設立！「発酵文化が香る街」化

…ほか多数

縮小マーケットで持続的成長のノウハウ大公開

特別レポート



なぜ光武酒造場は8年連続増収増益を達成できたのか！？
縮小マーケットで成長し続けるリアルなノウハウに迫る！

このような方は是非本レポートをお読みください

売上が伸び悩んでおり、成功事例を探している

8年連続増収増益の光武酒造場の取り組みに興味がある

卸問屋に頼ることなく売上・利益率を上げたい

卸売開拓・WEB強化をしたいがやり方が分からない

地域から応援されるイベントをやってみたい

次なる一手を探している

中小醸造メーカー向け経営革新セミナー

【開催日程】

2019年
2月8日
金曜日

東京会場

(株)船井総合研究所
五反田オフィス

13:00~16:30 (受付: 12:30~)

セミナー講座カリキュラム

講座	内容	講師
第一講座	中小食品メーカーにおける今後の成長戦略	 (株)船井総合研究所 久嶋 裕介
第二講座	<スペシャルゲスト講演> 創業330年の老舗が 8年連続増収増益を実現するための経営戦略	 合資会社光武酒造場 代表取締役 光武 博之氏
第三講座	中小食品メーカーが業績を上げるための 実施ノウハウ大公開!	 (株)船井総合研究所 久嶋 裕介
第四講座	まとめ講座	 (株)船井総合研究所 チーフ経営コンサルタント 中野 一平

講師紹介

合資会社光武酒造場

代表社員 光武 博之氏



1984年に合資会社光武酒造場の社長に就任。芋焼酎「魔界への誘い」ブランドの確立、同業酒蔵のM&A・事業再生、日本初の酒蔵ツーリズムの発起など業界内でも初となる活動に次々取り組んでいる。「伝統の中からの革新」を合言葉に時流を的確につかみ、業績アップに成功している。

(株)船井総合研究所

チーフ経営コンサルタント 中野一平

これまで500以上の様々な食品や蔵の直販・通販事例に携わり、四季を通じたイベント、固定客化、名簿収集活動、蔵祭りなどで実績を上げている。蔵祭り・工場祭などの実績は船井総研でもトップクラス。あらゆる規模の仕掛けを成功させている。自身も販売士2級の資格を有する。「やれば必ず結果はついてきます」

(株)船井総合研究所

久嶋裕介

醸造企業を中心に直販・オムニチャネル戦略コンサルティングを得意としている。デジタル集客やWEBページ作り、メディア活用による集客、地域密着イベントなどの手法を活かし、集客最大化のための提案は経営者からの信頼も厚い。

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ます。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
 2019年 **2月8日(金)**
 (株)船井総合研究所 五反田オフィス
 〒141-8527
 東京都品川区西五反田6-12-1
 JR「**五反田駅**」西口より徒歩**15分**

開催開始 終了
時間 13:00 ▶ 16:30 (受付12:30より)

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。
 また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 **38,000円** (税込**41,040円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 **30,400円** (税込**32,832円**) / 一名様
 ※ご入金の際は、税込金額でのお振込を願いたします。
 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。 ●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ください。それ以後のお取消の場合は、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、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。
FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785077 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でございます。 ※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)
 ●申込みに関するお問合せ:星野 ●内容に関するお問合せ:久嶋
 ※年末年始の休暇のため12月28日正午から1月7日まで電話が繋がらなくなっております。ご迷惑おかけします。
 1月8日以降にご連絡いただけますようお願いいたします。なお、FAXは24時間受け付けております。

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 お問合せNo. **S040206** 担当 **星野 苑**

中小醸造メーカー向け経営革新セミナー **FAX:0120-964-111**

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

今、このお申し込み用紙を手にとられている方は、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人だと思えます。
 そんな勉強熱心なあなた様は今現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか?下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

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。(どちらかにをお付けください。)

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ください。
 FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】
 1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
 2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
 3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行

会社に発送データとして預託することがございます。
 4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
 5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレート・コミュニケーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。
 【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総合研究所ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されたいときは、を入れて当社宛にご連絡ください。 **ダイレクトメールの発送を希望しません** **お申込みはこちらから**