

老舗蔵元の経営者様必見!



観光地でもない創業350年の地方の小さな味噌蔵が

直売店をリニューアル

熱烈にお客様も
社員もファンになる

味噌のテーマパーク化

売上高 営業利益
3倍 3倍

に成功した秘密

成功の秘密がまるわかり
無料成功レポートは中面へ

特別講演決定!



福井市内に直営店を持つ味噌蔵。
地元への卸売り中心から、直売事業への強化に取り組み、2018年に「食べる・学ぶ・買う・体験する」複合型みそのテーマパークへ直売店をリニューアルし、売上UP・収益UPに成功。

味噌業界の風雲児

株式会社米五
代表取締役
多田 和博氏

1 直販比率15%から30%に会社全体の利益に大きく貢献

物販のみの業態をリニューアルし、直売店面積を広げカフェ付加・体験教室付加により営利12.7%の業態に

2 カフェの業態付加で店舗売上3倍

味噌カフェに開発より新規顧客が増加。
物販にも繋がり物販売上前年比で2倍に成長。

3 若手の即戦力化と辞めない仕組みづくり

自主的に働く若手人材の即戦力化への取り組みと辞めない組織体制をお伝えします。

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丁目4-10

地方の醸造メーカーの為の直売店開発セミナー

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

FAX.0120-964-111

お問い合わせNo.S040862

24時間
対応

お申込みに関するお問合せ:中田 内容に関するお問合せ:薄田

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。) → 040862

味噌のテーマパークとは？

物販 + 飲食 + 体験が行える複合施設

物販



アイテム数100品以上！ 味噌の量り売りや味噌のジェラート、惣菜を品揃える物販

スーパーなどでは買えない、メーカーならではの味噌の量り売りや味噌を使用したジェラートを集客商品として販売しています。その他にもOEM商品を品揃えるなど店内は味噌関連の商品を100品以上揃えており、消費者の生活に寄り添った商品を提案しています。

飲食



リピート率90%以上！！ 主婦層を中心に幅広い客層を集客する味噌カフェ

プロの料理人がいない中、ランチだけで毎日3回転以上する味噌カフェを運営しています。顧客満足度を下げることなくオペレーションやロス率の問題を解決するメニュー作りを行っています。飲食の付け合わせから物販に誘導し物販売上にもつなげています。

体験



行政や外部企業を巻き込む 料理教室・味噌作り体験を行える体験施設

30人収容できる教室用の部屋を併設しており、小学生への食育活動や夫婦や親子をターゲットとした味噌作り体験や塩こうじづくり体験を行っています。ヨガとランチを組み合わせた美容健康の体験教室も外部講師に貸し出しを行っています。

地方の醸造メーカーが 味噌のテーマパークを開発し 「営業利益3倍」を達成！ 「高収益化」を実現！

お客様も従業員も楽しめる業態を
立ち上げ営業利益アップを達成。



Q.味噌の店舗をリニューアルしテーマパーク化に 取り組まれたきっかけを教えてください。

米五は、2019年で創業188年になる老舗醸造メーカーです。永平寺御用達の唯一の味噌屋として、地域の人々にも長年ご愛好いただいております。しかし地場スーパーの急激な減少により、味噌の出荷量が減っていく事は避けられず、また福井県においても人口減少は避けられず現状維持では顧客の減少を招くと感じていました。

味噌のテーマパーク化を進める前にも物販の店舗を工場併設で行っていましたが、直販における売上の比率は大きくはありませんでした。お客様が高齢化しており、そろそろ、自店も変わらなければならないと感じていたので。

そんな中で、10年以上も前から構想があった新しいスタイルの味噌を提供する店づくりのプロジェクトがスタートしました。消費者の意識が変わってきていることを考え、単なる物販店舗のリニューアルではなく、体験などの「コト」を提供する店作りをテーマとしました。飲食だけではなく、味噌作りなどの体験教室も行える店舗づくりを行い、観光客や商圏外のお客様にも選ばれるお店を目指し進めていきました。



「味噌のテーマパーク化」の取り組みとその効果は？

味噌のテーマパーク化のポイントは、従来の「買う」だけではなく「体験する」「学ぶ」「楽しむ」「食べる」という新サービスを提供するところにあります。中でも「食べる」を提供するカフェ事業は、今までに集客できていなかった客層の集客にも繋がっています。カフェに対するお客様の反応としても大変好評いただいております。味噌を使った料理を提案しています。自宅で味噌の使う機会を増やすことも目的の一つとして取り組んでいます。

・カフェの売上だけではなく、物販の売上が上がります。

カフェ事業の付加はカフェ売上の単純な足し算ではなく、物販売上の増加にも繋がっています。実際に売上は昨対比でカフェ事業の売上が増えるだけではなく、物販の売上が2倍になっています。物販商品をカフェメニューの一部にとり入れることで相乗効果を出すことに成功しています。

・社員が自主的に課題を持ち、働けるようになりました。

カフェや体験施設を作ったことにより、物販のみを行っている時よりもお客様との接客の頻度が増え、サービスの質を上げなければいけない状況になりました。このことにより、スタッフ自ら危機感を感じ、今では社内プロジェクトを社員発信で立ち上げ進めています。

【無料レポート】「蔵カフェ体験付き直売店」を開発し売上3倍を達成！

「商品を買わずにはいられない！」 味噌専門店としての商品群と売り場づくり

物販売上を上げていくために、OEMを行い商品のアイテム数を増やす取り組みを行ってきました。味噌を購入したいお客様だけでなく食卓に並べる一品を探しているお客様に、今では、**様々な需要や用途別の予算を意識した商品を品揃え**しています。お客様のニーズに対応し**味噌関連商品で100以上のアイテム数**に増えてきています。



店内では、味噌を使った惣菜やジェラートなども人気です。**味噌屋だから味噌だけ**を売るのではなく、**味噌専門店として様々な商品を販売することで幅広く選ぶ楽しさを提供することができる**のです。また、その時代にあった商品も積極的に投入しています。

直営店で販売する新商品はメディアの活用を積極的に行っており、新商品のメディア掲載をもとに店舗の認知度アップにもつなげています。当初から話題になるように五月雨式に新しい事をメディアに提供しており、地元メディアに取り上げられる話題の店となっています。



【無料レポート】「蔵カフェ体験付き直売店」を開発し売上3倍を達成！

物販以外の“体験&飲食”付加でさらに集客 ⇒物販売上は相乗効果で上がり昨対2倍の売上に

せっかく足を運んでいただいたお客様には、もっともっと「味噌」を楽しんでいただきたい。直売店以外の“楽しさ”をどう提供するか。そこで、味噌を使った料理を提供するカフェをオープンし、体験教室も行える施設を作りました。カフェを付加したことにより集客数はアップし、カフェの売上を付加しただけではなく、直売店の売上は前年比2倍にまで成長しました。カフェで提供するランチは味噌を使った料理にこだわっており、ランチタイムだけで3回転する人気店舗となっています。また、飲食で提供しているメニューもプロが作るこ



わった料理という訳ではありませんが、商圈内の主婦層を中心にファンがつきリピート率90%を超える店舗となっています。お客様に飽きさせないように開発された代表メニューが、メインが1週間おきに替わるワンプレートメニューです。これらの商品は女性客を中心としてリピート率を上げ集客に繋がっています。

その他ランチメニューはカレーのみでオペレーションの簡易化と粗利率アップにつなげています。また、メーカー直営の飲食店とし、飲食店としての機能に終わらず自店の商品を有料で食べていただける有料試食の場所にもなっています。このように、飲食店を独立し成り立たせるのではなく、相乗効果が出る事を強く意識をしています。

成功のポイント①

相乗効果を生み出すテーマパークの業態

時流に合わせた直販事業のリニューアルにより
直販比率30%の利益率の高い業態に転換

	ステップ① 商品の魅力を自ら訴求する 直営の物販店舗	ステップ② 物販と有料試食を行う 飲食の複合業態	ステップ③ 物販・飲食・体験の テーマパーク化
コンテンツ			
手法	<ul style="list-style-type: none"> •直営店舗限定の量り売り商品 ⇒店舗限定でお得感を見せ 集客につなげる •OEM商品などでアイテム数を 増やし商品を付加 ⇒顧客ニーズに合わせて 商品カテゴリを増やす 	<p>ステップ①に加えて</p> <ul style="list-style-type: none"> •有料試食を行う飲食店 ⇒物販で購入できる 飲食メニューの導線作り •メディア露出と飲食動機による、 新たな客層を集客 ⇒認知度アップにも繋がり 直営店へ目的来店を増やす 	<p>ステップ②に加えて</p> <ul style="list-style-type: none"> •料理教室により、顧客を啓蒙 し商品への理解度を高める ⇒商品・企業に対するファンを 増やし、口コミを誘発する •小学校への食育活動により 社会性を高める ⇒地域から応援される企業へ

物販だけの直営店、飲食付きの直営店と様々あります。

米五様では、商品を買えるだけの物販ではなく、カフェで食べる、体験施設で料理教室や食育活動を行っています。物販・飲食・体験施設を複合することにより相乗効果を生み出し直販事業の売上割合は15%から28%に上がりました。

またコンセプトを明確にし「味噌のテーマパーク」として「モノ」だけではなく「コト」を売る施設を立ち上げたことにより、地元メディアに注目されるだけではなく、日本全国の施設の中で大人が楽しめる社会科見学100選に選ばれています。前年の物販のみを行っていた実店舗の事業では営業利益率は4.8%でしたが、複合業態にすることにより営業利益率12%に成長しています。

成功のポイント②

ファンの育成につながる体験コンテンツ

体験施設による社会性のある取り組み

直営店の施設内に体験教室ができるスペースを用意し、定期的にイベントを行っています。直接的な売上アップではなく地元の小学生向けに味噌作りを行うなど社会性の高い取り組みを実施されています。また体験施設をより効率的に回転させていくために外部企業とのコラボイベントなどにも活用されています。



成功のポイント③

若手人材の即戦力化・辞めない体制づくり

若手が自主的に働く人材活性化の取り組み

米五様では若手人材の育成にも力を入れており、若手が自主的に働ける仕組みづくりを行っています。仕組みの一つとして新商品の開発を若手に任せ、自ら企画し開発する等の社内プロジェクトがあります。これも平行で複数のプロジェクトを走らせることにより人材活性化の速度が上がり即戦力化が進みました。トップダウンではなくボトムアップの動きだからこそ、一時的なものではなく継続して現在もプロジェクトが続いています。この動きは採用活動でも同じく、力のある若手人材の採用に繋がっています。持続的に若手社員が考え仕事を行うことにより、飲食や物販の月別の企画や売上を上げる取り組みは社員自ら考え進んでいます。

今こそ、経営改革で

直販を強化し永続的成長する チャンス



千載一遇のチャンスは目の前にある！

今、地域の醸造メーカーが 直販強化に 取り組むべき3つの理由

株式会社船井総合研究所

地方創生支援部 食品メーカーチーム

薄田陽

こんにちは。(株)船井総合研究所の薄田陽です。
地域の醸造メーカーにとって直販強化の取り組みは
今、避けて通ることのできない状況になってきています。
なぜかと申しますと・・・

理由 1 市場規模の縮小が深刻化してきている

日本の人口は2008年をピークに減少傾向にあります。それだけではなく、食生活の変化や料理をしない家庭が増えてきている傾向がある中で調味料の年間の消費額が年々減少しております。
味噌だけではなくほかの調味料でも、同じ問題はおきています。

理由 2 永続的成長を続けるために高い収益化は必須

永続的に成長を続けていくためにも経営の主導権を持つこと・高収益の事業を行うことが今後より求められてくると考えられます。というのも卸主体での事業では、外部環境に左右されると同時に価格競争になるケースが多く利益率の良い商売を行うことが難しいためです。

理由 3 人口減少・人材不足・採用難の時代が到来

地方においては都市圏以上に人口減少は著しく、人材不足は深刻化しています。さらに採用難で若い人材を獲得する事が難しくなっている現状があります。若手人材を即戦力化し辞めさせない仕組みと体制づくりが継続的成長を遂げるためには必須です。

レポートをお読みいただいた経営者様への特別なご案内

醸造メーカーが味噌の直販強化で高収益化に成功する方法を大公開！
業界の現状から具体的ノウハウまでたった1日に凝縮！

地方の醸造メーカーの為の 直売店開発セミナー

東京

2019年2月27日（水）

ここまでお読みいただきありがとうございました。

このレポートでご紹介した取り組みは、あなた様のような意欲のある経営者であれば、すぐに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えると、どんな素晴らしいチャンスに満ちたビジネスでも成功には至りません。

最短で事業を成功させるには、力をかけるべきポイントに専念してスピード感をもって結果を出すことです。そうすれば外部要因に左右されることのない収益の柱を構築することができます。今回のセミナーでは、誌上でもご紹介した米五の多田社長をお招きし、味噌のテーマパーク・直販強化の取り組みをご講演いただきます。

このセミナーは講義を聞いて勉強していただくためのものではなく、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、他では得られない最新かつ超実践レベルのものばかりです。1日で「直販参入」の最新ノウハウがわかるようにプログラムを構成しておりますので、一見の価値があることは間違いありません。このセミナーで学ぶことのできる内容のほんの一部をご紹介しますと・・・

明日から経営のヒントになるスグ役立つ！

セミナー当日に学べる具体的なポイント

(一部をご紹介)

- ①米五の直販参入と味噌のテーマパーク化の軌跡
- ②カフェ事業から物販売上を増加させることに成功できたワケ
- ③物販の集客商品作りと販売方法
- ④営業利益3倍に成長した秘密
- ⑤最新の食品業界マーケット動向
- ⑥全国で成功事例続出中！メディア戦略の成功事例紹介
- ⑦企業のファンを育成しロイヤリティを高める体験イベント
- ⑧知っておきたい直販参入の大きなメリット
- ⑨社員のモチベーションを上げる「社内プロジェクト」とは！？
- ⑩卸・直販、チャネル別の販売戦略
- ⑪中小醸造メーカーの永続的成長&マーケット付加戦略
- ⑫リピート率アップに直結する定期購入導入術
- ⑬1年中お客様にアプローチする通信販売
- ⑭顧客を啓蒙する食育活動と体験イベント
- ⑮パートでもできる蔵カフェ鉄板メニューのポイント
- ⑯メディアに取り上げられる新商品&コラボ商品の最新事例
- ⑰全国の直販成功企業事例
- ⑱売れる物販展開&品揃え必勝法
- ⑲スタッフを増やししながら利益UPを可能にする事業戦略
- ⑳味噌のテーマパーク化のこれから、次のステージへ

いかがでしょうか？少しでも関心を持たれた方は、今すぐ手帳を開き2月27日（水）のセミナー日程を確保いただければと思います。

(株) 船井総合研究所 地方創生支援部

食品メーカーチーム 一同

時流に合わせた直販店の最新モデル 地方の醸造メーカーの為の直販店開発セミナー

【開催日】 2019年 2月27日(水) (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

【開催時間・定員】 13:00 ~ 16:30 / 20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 ~13:40	地方の醸造メーカーの為の 直販ビジネス転換法	株式会社船井総合研究所 チーフ経営コンサルタント 中野 一平
第2講座 13:40 ~14:40	味噌のテーマパーク化！ 高収益直販ビジネスモデル 飲食・物販・体験の複合業態「味噌のテーマ パーク化」の取り組み、直販事業の強化に成功 した背景を事例を交えてお話いただきます。	株式会社米五 代表取締役 多田 和博氏
第3講座 14:55 ~15:55	地元商圈における 店舗開発と販促ノウハウ大公開	株式会社船井総合研究所 薄田 陽
まとめ講座 16:05 ~16:30	まとめ講座	株式会社船井総合研究所 チーフ経営コンサルタント 中野 一平

講師紹介

株式会社米五

代表取締役 多田和博氏



多田和博氏は大本山永平寺御用
達唯一の味噌屋、株式会社米五
の代表取締役社長です。

米五は、福井県福井市で、材料
品質にこだわった味噌の製造・
販売をしております。味噌をは
じめ、味噌関連の惣菜・菓子の
商品開発で味噌を広げる提案を
行ってきました。

株式会社船井総合研究所

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」

株式会社船井総合研究所 薄田陽

イベント支援、WEBとリアルを掛け合わせた集客のコンサルティン
グを得意としている。WEB集客や売れるHP作り、SNSやメディア活
用、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。

