

以下に当てはまる
事業主の方必見! **こんなお悩みはありませんか?**

- ☑ 近年事業承継を行った、あるいは今後承継する/される予定がある
- ☑ 社内体制や企業理念を整え、浸透させるための取り組みの参考事例を知りたい
- ☑ ブランドリニューアルの具体的な取り組み事例を知りたい
- ☑ 従来の方法での業績拡大に少し行き詰まりを感じており、
新たな客層や販路を開拓する必要を感じている
- ☑ **従業員の労働環境を整備**していきたい



講座内容&
スケジュール

2024年**5月27日**(月) 10:00~12:30 (9:30 受付開始) 申込み期日:5月23日(木)

東京会場 株式会社船井総合研究所 東京本社(八重洲)
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
※[2024年4月1日]より八重洲に移転し、開催いたします。ご来場の際はご注意ください。

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、会場はマイページにてご確認ください。
また最小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 **一般価格** 税抜30,000円(税込33,000円)/1名様 **会員価格** 税抜24,000円(税込26,400円)/1名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

講座	セミナー内容
第1講座	菓子業界の時流と取り組むべきこと 原料や輸送費、光熱費などのコスト高への対応に加え、労働環境の改善や新規顧客層の開拓など、特に老舗と言われる菓子店ほど、目の前に対応すべき問題が山積しています。菓子業界の現在の時流や、それらの課題へどう対応していくべきなのかを解説いたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージング・ディレクター 横山 玖洙
第2講座 特別 ゲスト 講座	年商3億円から61億円への道のり、鎌倉紅谷の事業戦略 今年創業70周年を迎えた鎌倉紅谷において、現社長の有井氏が会社を継がれてから16年。同社の歴史の中で見れば決して長くはない期間ですが、その間に売上を約20倍に増やす急拡大を遂げています。家業から企業への変遷を辿る中で、鎌倉紅谷の戦略についてお話しいたします。 株式会社鎌倉紅谷 代表取締役 有井 宏太郎 氏
第3講座	令和型の菓子店における事業展開のポイント これから変革を遂げようとする菓子店経営者の皆様が、どのような点に注意し、また注力していくべきなのか、鎌倉紅谷の事例も踏まえながらお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 正村 陸
第4講座	本日のまとめ これまでの昭和・平成型の菓子店から令和型の菓子店へ生まれ変わるために、本セミナーの内容を総括し、明日から取り組んでいただくべき事柄をお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージング・ディレクター 横山 玖洙

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】右記のQRコードを読み取ってお申込みください。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

【PCからのお申込み】下記セミナーページからお申込みください。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/112992>

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。



菓子業界向け

2004年 年商3億の家族経営から 2023年 年商61億 鎌倉紅谷 菓子店の事業戦略

地域を代表する銘菓へ

事例企業



株式会社鎌倉紅谷
3代目 代表取締役 有井 宏太郎 氏

2度のブランドリニューアルを経て、
鎌倉紅谷が事業を急拡大できた秘訣とは!?

- ① 事業承継後、**家業から企業へ**の転換
- ② 「クルミッ子」**主力単品商品化**の背景
- ③ 従業員の育成・**組織作り**のポイント
- ④ **設備投資**・工場新設の考え方
- ⑤ **海外展開**を見据えた次の展開

2024年**5月27日**(月) **東京会場** 株式会社船井総合研究所 東京本社(八重洲)

主催

サステナブルグロースカンパニーをもっと。
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 ※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

菓子店経営戦略セミナー2024

お問い合わせNo.S112992

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

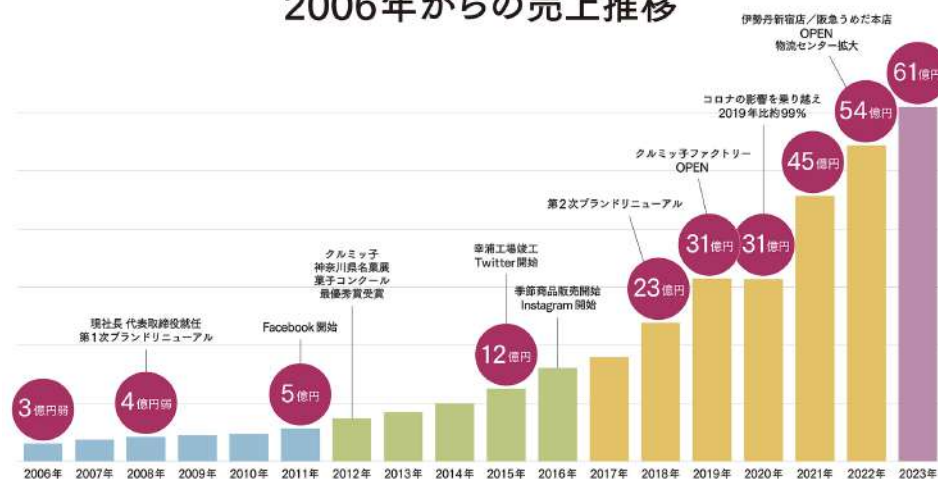
当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

112992

社長交代から16年、鎌倉紅谷はどのようにして
業績拡大を続けてきたのか？

鎌倉紅谷 社長交代からの売上推移

2006年からの売上推移



2023年度は売上**61**億円達成!

社長交代から**16年間で売上20倍、店舗数も10店舗に!**

1 家業から企業へ

社長交代時から、良いものをつくっているのもっと多くの方へ知ってもらい食べてもらいたいという想いがあった有井社長。当時成長している企業は皆経営理念を持っていたのに、自社にはそれが無いことに気づき、**経営理念の策定**へ。理念とは創業者の信念や創業のきっかけと気づき、先代の時代から長く働いてくれている従業員へのヒアリングなどを通じ、今の理念にたどり着いた。ブランドリニューアルも行いながら、業績拡大と共に新たに入ってくる従業員とのギャップを感じ、社内での足並みをそろえることも意識するようになったという。ブランドリニューアル時に最も大切にすることは、自社の**独自性を大切に強みと魅力を最大限活かすこと**。結果、社外的にはパッケージ変更による顧客層の変化や販路の拡大を実現し、社内へは理念の浸透を念頭におき、長く継続できる事業体へ、家業から企業への変貌を遂げた。



2 主力単品商品になった銘菓クルミッ子

元々は「鎌倉殿」のイラストが描かれていたクルミツ子のパッケージを思い切って2008年に「リスくん」のイラストに変更。当時は数ある商品の一つとしての存在だったクルミツ子。今では、**1日10万個生産**しても供給が追いつかない超人気商品であり、主力単品商品として鎌倉紅谷の**売上構成比70%以上**を占める。ここまでクルミツ子にフォーカスした理由として、パッケージ変更により注目度が上がった機会を掴み、活かすことによって他の商品への波及効果を期待したことが主な要因という。



3 従業員の育成・組織作り

鎌倉紅谷では、神奈川県の中企業の平均と比べて、時間外労働時間60%、有給取得日数+1日、有給取得率+30%など、**良い労働環境を整備**し、採用ページでも公開している。また**自社の風土を丁寧に文章化し、求める人物像を明文化**し同じく採用ページに掲載することで、優秀な人材や風土に合う方を確保しやすい環境を整えている。その背景には、ベテラン社員へのヒアリングを行うなどして時間をかけて明確な企業理念を定めたことと、**毎年の経営計画発表会でビジョンの共有**のために時間を割いていることが挙げられる。

[illegible]

4 設備投資・工場拡大

鎌倉紅谷は2017年以降、百貨店や商業施設を中心に**9店舗の直営店**をオープン。それと並行して工場の拡大も進められており、幸浦工場、常盤工場の2つの工場に加えて、2019年にオープンした横浜ハンマーヘッドのKurumicco Factoryにはガラス越しに製造の様子が見えるクルミツ子の製造工場を設けた。そして来年2025年の稼働を予定して小田原工場が目下建設中であり、これにより**クルミツ子の生産能力を現状より約40%拡大**できる予定となっている。事業規模に応じた設備投資と向上拡大を行い、更なる業績UPを目指している。



1987年： 鎌倉市内に工場設立

2011年：クルミッ子専用工場として
常盤工場を新設

2015年：鎌倉市から横浜市内の幸浦に工場を新築移転

2019年：横浜ハンマーヘッドに
Kurumicco Factoryをオープン

**2025年：小田原工場新設・稼働
(予定)**

5 見据えるは海外展開!?

今は特にクルミ子の生産がまだ追い付かない状況だが、有井社長は「生産が追いついた際に何をすべきかを今から考えておく必要がある」と語る。その1つのアイデアが海外展開であり、過去にはシンガポールの催事でも盛況だった実績がある。今後人口減少が避けられない日本の菓子店として更なる業績拡大や事業の成長を見据えると、海外展開、特に空港の土産売場などへの展開が有力な選択肢になると考えられている。

