

一過性ではないファン作りのための商品開発から直売・卸の販路拡大まで!
いわて蔵ビールが考える“ブランド作り”をご紹介します

クラフトビール・地ビール醸造所向け ビール事業活性化セミナー	
第1講座	ビール業界の現状について 地ビールブーム・クラフトビールブームを経た今、ビール業界の現状とこれからについてお伝えします。 株式会社船井総合研究所 観光フードグループ 小松 祥大
特別 ゲスト 講座 第2講座	いわて蔵ビールの取り組みの軌跡 国内有数の有名ブランド「いわて蔵ビール」を造る世嬉の一酒造。直売店・EC・卸・輸出と地ビールメーカーとして幅広く事業を拡大してきた軌跡と取り組み内容をご紹介します。 世嬉の一酒造株式会社 代表取締役社長 佐藤 航 氏
第3講座	中小ビールメーカーが今やるべきこと 中小ビールメーカーが事業を拡大するために “今取り組むべきこと”を、販売チャネル別に解説します。 株式会社船井総合研究所 観光フードグループ 小松 祥大
第4講座	本日のまとめ 本セミナーの内容を受けて“今から実施すること”についてのまとめをお伝えします。 株式会社船井総合研究所 食品ユニット マネージャー 中野 一平

開催日時

東京会場 2024年7月22日月
14:30～17:30 (受付開始: 開始時刻30分前～)

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。

お申込み期日

銀行振込み: 開催日6日前まで クレジットカード: 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格 税抜20,000円 (税込22,000円) / 一名様 会員価格 税抜16,000円 (税込17,600円) / 一名様

※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。

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO
〒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
JR「東京」駅 地下直結 (八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結 (八重洲地下街経由)
※[2024年4月1日]より八重洲に移転いたしました、ご来場の際はご注意ください。

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/115305>
【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。



今でも成長を続ける
東北の大人気ブルワリー

スタイル別世界1位
“3年連続”獲得!

iwate
KURA
BEER
いわて蔵ビール

お客様から“ファン”になる商品戦略で直売・卸・輸出に取り組む!
クラフトビール・地ビール醸造所向け
ビール事業活性化セミナー

講演のポイント

- 直売から卸へ転換!時代の流れ・自社の状況を
しっかり読み取る販売戦略!
- 商品力・実績・販促を磨き・積み上げることで、
無理な営業をかけなくても卸の引き合いを
獲得できるように!
- 「今、流行りだから…」ではなく永く愛される、
持続可能な商品戦略!
- “お客様”から“ファン”!ブレない軸を持った
ファンマーケティングとブランド作り

特別
ゲスト
講師

世嬉の一酒造株式会社
代表取締役社長 **佐藤 航 氏**

東京会場 2024年7月22日月 14:30～17:30 (受付開始: 開始時刻30分前～)

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO (八重洲)

主 催

クラフトビール・地ビール醸造所向け ビール事業活性化セミナー お問い合わせNo. S115305

サステナ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

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。

115305



時代・流行が変化しても“ブレない軸”をもつことでブランド力・商品力を高める!

地ビール・クラフトビールのブームを経た地方ビールメーカーが考える、令和のクラフトビール市場における戦略を公開!

講座のポイント

- POINT1** 直売から卸へ転換!
時代の流れ・自社の**状況をしっかり読み取る販売戦略!**
- POINT2** 商品力・実績・販促を磨き・積み上げることで、
無理な営業をかけなくても**卸の引き合いを獲得できるように!**
- POINT3** 「今、流行りだから…」ではなく永く愛される、**持続可能な商品戦略!**
- POINT4** “お客様”から“ファン”へ!
ブレない軸を持ったファンマーケティングとブランド作り



特別ゲスト講師

世嬉の一酒造株式会社 代表取締役社長 **佐藤 航 氏**

1995年、地ビールブームを機にビール事業をスタート。最初は自社の直売店とECで直販に注力するも、消費者に「クラフトビール」が浸透していく流れに合わせて卸事業を拡大。今では年間200kℓ以上を製造し、卸事業がビール事業の6〜7割を占めるまでに成長。顧客へのダイレクトマーケティングの実施や蔵祭りの開催、地域・全国へのイベント出店等を通じて直売に注力する一方で、タップマルシェの導入、地縁性のある季節商品・天板商品の開発等、卸や商品開発にも注力しています。
その躍進の影にある、「ブランド力」「商品力」を高め、ブルワリーとしてステップアップするための考え方についてお話しします。

世嬉の一酒造株式会社のご紹介

1918年、岩手県一関市にて創業。1995年に立ち上げた「いわて蔵ビール」は、世嬉の一酒造の酒造りの技と、醸造士の経験と知識により生まれたクラフトビールブランドとして、これまで多くの国際大会で受賞し、高い評価を受ける。老舗企業でありながらも常に新しいことに挑戦するベンチャー企業体質であり、常に名前の由来である「世の人々が嬉しくなる一番の酒造り」を目指している。

受賞歴 (一部抜粋) その他、2021年〜2023年にはワールドビアアワードにてスタイル別1位を受賞

2017年	インターナショナルビアカップブロンズメダル ワールドビアアワードジャパンブロンズメダル	2009年	インターナショナルビアコンペティションブロンズメダル ワールドビアアワードシルバーアワード
2016年	ワールドビアアワードブロンズアワード 第2回世界に伝えたい日本のクラフトビールグランプリ	2008年	インターナショナルビアコンペティションシルバーメダル インターナショナルビアコンペティションブロンズメダル
2015年	ワールドビアアワードジャパングールドメダル ワールドビアアワードアジアゴールドメダル ワールドビアアワードアジアブロンズメダル Beer1グランプリスタウトポーター部門グランプリ	2007年	ジャパニアビアカップゴールドメダル ジャパニアビアカップブロンズメダル インターナショナルビアコンペティションブロンズメダル
2014年	インターナショナルビアコンペティションゴールドメダル ワールドビアアワードアジアゴールドメダル ワールドビアアワードアジアシルバーメダル	2006年	ジャパニアビアカップゴールドメダル
2013年	インターナショナルビアコンペティションゴールドメダル ワールドビアアワードアジアゴールドメダル	2003年	ジャパニアビアカップブロンズメダル
2012年	インターナショナルビアコンペティションブロンズメダル	2000年	モンドセレクション銅賞
		1998年	ジャパニアビアカップシルバーメダル ジャパニアビアカップブロンズメダル
		1997年	モンドセレクション金賞 モンドセレクション銀賞

地ビール・クラフトビールの売上拡大で悩んでいる 事業主の皆様必見のセミナーです!

- ☑ **店舗の売り上げ拡大**に悩んでいる方
- ☑ **もっとビールの卸を強化**したい方
- ☑ **好調なブルワリーの取り組み**事例を知りたい方
- ☑ **新商品の企画・開発のポイント**を知りたい方
- ☑ **海外輸出**に取り組んでみたい方

セミナー当日に学べること

- POINT 01** **今すぐ使える店舗の売上拡大手法が学べます。**
店舗の売上を拡大できているビールメーカーは、売上を作る仕組みがしっかりできています。売上拡大の仕組みについて学ぶことができます。
- POINT 02** **ビール事業をより拡大していくために必要なステップが学べます。**
クラフトビール・地ビールメーカーとしてワンステップ成長するためのポイントをお伝えします。
- POINT 03** **様々な販売チャネルの活用方法が学べます。**
自社に足りていない販売チャネルを伸ばすために必要な取り組み方法を学ぶことができます。
- POINT 04** **中小ビールメーカーとして、軸となる考え方やブランド開発の手法が学べます。**
長く続くビールメーカーになるために必要な考え方をお伝えします。
- POINT 05** **商品開発のポイントが学べます。**
消費者の心を掴む商品の企画や開発のポイントをお伝えします。