

このような方におすすめのセミナーです

- ☑ 成熟した業界での**新規ブランド開発の手法**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
- ☑ **従業員の労働環境を整備**していきたい
- ☑ 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
- ☑ 近年事業承継を行った、あるいは今後承継する/される予定があり、**今後の企業経営をどうしていこうか**考えている

セミナー内容

第1講座

老舗菓子店のブランディングと新規ブランド開発

菓子業界では、近頃の物価高や消費マインドの低迷といった要因もあり、企業・店舗によって好調、不調の差が開いてきている実態があります。そのような中、業績好調な菓子店が取り組んでいること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 正村 陸



特別 ゲスト 講座 第2講座

新ブランド開発とリブランディングで業績UPを遂げたサザエ食品の事業戦略

株式会社サザエ食品では、戸島氏が代表に就任した2014年当時の年商は約20億円であったところ、2024年には約40億円にまで拡大しています。それに大きく寄与していることが「京都祇園あのに」というブランドの新規立ち上げや、既存の餡子ブランドのリニューアルです。サザエ食品が辿ってきた道筋や、そこに至る事業戦略をお話しいたします。

株式会社サザエ食品 代表取締役社長 戸島陽平氏



第3講座

新規ブランド開発・ブランドリニューアルのポイント

ゲスト企業講座や、船井総合研究所がこれまで支援してきた事例を踏まえて、新規ブランド開発や既存ブランドのリブランディングにおいて押さえるべきポイント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 正村 陸



第4講座

本日のまとめ

各講座の内容を総括し、今後業績を上げるために実行していただきたいことをお話しいたします。

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



開催日時

東京会場 2024年8月8日(木)
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30,000円(税込33,000円)/一名様 会員価格 税抜24,000円(税込26,400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。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/116027>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に
右上検索窓に「116027」をご入力し検索ください。



船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。
※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。

菓子業界向け

事業承継後、新規事業 京都祇園あのに を立ち上げ 年商10億円事業 に成長させた サザエ食品の戦略

事例 企業

- ① 29歳での事業承継直後、あんこを使った新規事業「京都祇園あのに」を立ち上げたワケは?
- ② 8年で10億円規模に成長した新規事業「京都祇園あのに」の展開
- ③ 「十勝おはぎのサザエ」から「十勝あんこのサザエ」へブランドリニューアルで売上拡大

株式会社サザエ食品
代表取締役社長 戸島 陽平氏

2024年8月8日(木)

東京会場

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

菓子業界 新規ブランド開発・リブランディングセミナー

お問い合わせNo. S116027

主催 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[\[www.funaisoken.co.jp\]](https://www.funaisoken.co.jp)右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

116027



成熟業界で売上20億▶40億に成長させた秘訣 サザエ食品はなぜ新規ブランド立上げに取り組んだのか!?

事例企業 株式会社サザエ食品

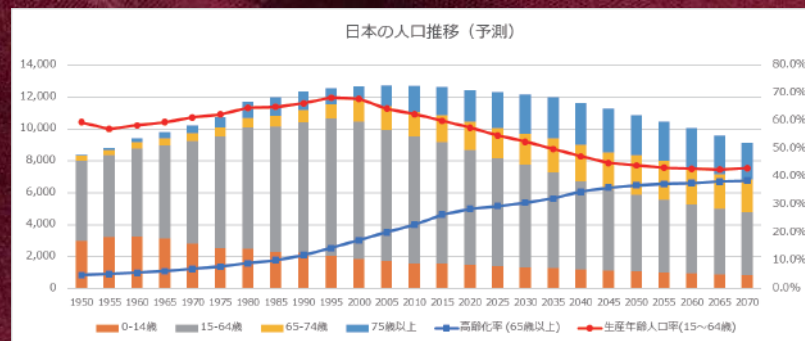
1973年兵庫県西宮市に開業。2014年戸島陽平氏が代表に就任。北海道十勝産小豆100%の自家製あんこを使った手作りのおはぎやたい焼きを主力商品とする和菓子ブランド「十勝あんこのサザエ」を営み、全国の百貨店やショッピングモールなどに32店舗展開（2024年5月現在）。2015年に「京都祇園あのに」ブランドを立ち上げ祇園に出店。現在は9店舗展開し、10億円規模の事業に成長している。「あんこで物語を創る〜味と心と体で感動〜」をモットーに掲げ、あんこ文化を日本に世界に発信する。



菓子の市場規模は3兆円超で安定。しかし今後は…



※全日本菓子協会 菓子統計年報より船井総合研究所編集



※内閣府 令和5年版高齢社会白書より船井総合研究所編集

2000年以降、菓子の市場規模は3兆円を超えて安定した市場を形成している。しかしその裏で菓子店の数は10年間で1万件も減少しており、プレイヤーの減少が著しい。加えて今後の日本の人口は、2008年のピークから右肩下がりで、2050年には1億人台にまで落ち込むことが予測されている。

老舗の多い菓子業界も変革しなければ先は危うい

新ブランド「京都祇園あのに」立上げの取り組み

1 29歳での事業承継、新たな創業の想いで

代表の戸島氏は叔父の営むサザエ食品に2011年に入社。その3年後に**29歳の若さで事業承継し、2代目社長に就任**した。おはぎ、たい焼きなどが会社の主力商品であったのに対し、若者のあんこ離れということが言われ、さらに人口減少、核家族化なども相まって**和菓子の売上が落ちることは必然**であったものの、**菓子市場の安定性から社内の危機感は薄く**、既存の延長線上では生き残れないと思い、**海外に目を向ける**ため、また既存ブランドでは競合の関係から当時関東方面への出店が難しかった背景もあり、新ブランドの立上げを目指した。



2 和洋折衷の「あんぽーね」が大ヒット 8年で10億円ブランドに

サザエ食品の看板商品であるおはぎにこだわらず、おいしくて、和洋折衷で、あんこに抵抗がある若者や外国人にもウケる新商品が必要だと考えた末、自社で販売していたコーヒーズんざいという商品がヒントになって生まれたのが、粒あんとマスカルポーネチーズを自分で最中の皮にサンドして食べる「**あんぽーね**」だった。**お土産スイーツの地位を確立**するためにも、商品開発においては日持ちの面で相当な工夫を重ねた結果、芸能人やTVにも多数取り上げられる商品、ブランドに成長。立上げ後**8年間で9店舗とECを展開し、10億円を超える売上**を産みだす柱となった。

3 今後もさらなる事業展開・事業拡大へ

2024年7月に開業する大阪ウメキタのKITTE大阪に、「KYOTOあのにCAFÉ」として「**京都祇園あのに**」の新業態を出店 予定の他、あんこの原料である小豆の持つ健康効果に注目して開発した**ウェルネス分野**の「3美生活」や、**ペットフード業界**への進出、そして改めての**海外進出**を目指すなど、**自社の強み**であり**独自性**のある、あんこを活かした展開を今後も続けていく。

