

[機構について](#) > [情報提供活動](#) > [動画で見る企業事例「企業未来!チャレンジ21」](#) > [2004年放送分](#) > 6月26日放送分 伝統を守る革新戦略! ~生き残りをかけた酒造メーカー~

6月26日放送分 伝統を守る革新戦略! ~生き残りをかけた酒造メーカー~

26日(TX・TVO・TSC)

27日(TVA・TVH・OX・TVQ・RCC・TVQ・OTV)

28日(BSJ)

日本酒消費量の減少や大手メーカーの廉価な紙パック品の氾濫など、中小酒造メーカーを取り巻く環境は厳しい。創業130年を超える長野県の老舗酒造、(名)亀田屋酒造店(資本金100万円、従業員数10名)は、日本酒の良さを見直してもらいたいと、酒造りに関する資料館の設置や現代人の嗜好に合わせた商品の開発など、様々な取り組みを実施している。伝統を守りつつ、時代に合わせた変革を遂げた同社の生き残りを賭けた経営戦略を紹介する。

伝統を守る革新戦略!

~生き残りをかけた酒造メーカー~

[視聴覚教材No. TV16-13](#)

[動画配信中\(新規ウィンドウ\)](#)



本日の訪問先は長野県松本市の酒造メーカー。アルプスのきれいな水を使い、酒を造って135年になる会社。

合名会社亀田屋酒造店の竹本社長。



日本酒の消費量のピークは昭和48年で、その後は年々下降。「どうしたら小さい蔵が残れるか考え、量より質を重視することに。ファンを掴めば生き残れる。」と竹本社長。

POINT: 「量より質」に重点を置いた高級酒造りで生き残りを図る



「冬の間を作る寒造りなので、春と秋で酒の味が変わる。その四季折々の楽しみを飲む方に伝えていく。」と大手メーカーとの違いを強調。

POINT: 伝統的な日本酒の楽しみ方を効果的に消費者へ伝える



バスでやってきた観光客。社長自らがガイドとなり、明治18年建造の母屋や試飲のできるスペースを設けた施設「酒遊館」へご案内。



「雰囲気が良く、さらに美味しく感じる。買

って帰ろうという気になる。」と試飲中のお客さんの反応は上々。



観光客を受け入れるメリットは消費者の声を直接聞ける点。志垣さんが飲んでいるにがり酒は望む声が多かったことから始めたもの。

POINT: 消費者のニーズをダイレクトに商品開発に生かす



新たに開発した清酒ベースの日本酒。長野特産のりんごやブルーベリーを使用。



ワイン風の日本酒も開発。日本酒を飲めない人からはこれならば飲めると反応がある。従来のお客様には新しいタイプのお酒とアピール。

POINT: 新しい感覚の製品で顧客の製品で顧客を開拓



この日本酒の良さを知ってもらうため、講師にソムリエやチーズの専門家を招き、

「日本酒とチーズの相性研究会」を開催。



研究会で講師を務めるシニアソムリエの石田氏は「固定観念を崩し、楽しみを広げることを実践。崩すことだけでなく文化も大事にしている。」と評価する。

「まだ新しいものをやっていきたい。根幹の酒造りはきちっと守って、一直線でやっていきたい。」と竹本社長は意気込みを語った。

POINT: 固定観念を崩しても文化と伝統は守っていく



[ひとつ上の階層へ](#)

[利用規約](#) [法的事項](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright©2007 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN