

力を入れている酒粕。新潟ブランドとして積極的に展開していく予定



Facebookページとして公開している酒粕コミュニティ。親しみやすいキャラクターは従業員が作成している。



代表取締役 松本伸一氏

会社の特徴

新潟の酒を全国へ

新潟県新潟市・日本酒販売
幻の酒

中小企業IT経営力大賞2012・
IT経営実践企業認定

ネット販売に絞る決断が奏功 日本酒のギフト市場を開拓

会社概要

株式会社幻の酒

新潟県新潟市医学町通一番町63
設立：2000年
従業員数：11名
事業内容：酒類小売業
URL：<http://www.maboroshinosake.com/>



幻の酒のWebサイト。
<http://www.maboroshinosake.com/>
還暦祝いギフト商品は15000円程度。これ以外にも大手ネットショッピングモールの店舗、地ビール、ブライダル、酒粕等のサイトを持つ。

「父の還暦祝い、何にしよう。記念になるお酒はどうだろう？」

そう思っただけで検索すると出会うのが「幻の酒」のWebサイトだ。このWebサイトは単なる日本酒のネットショップではない。

「還暦に贈る真紅の名入れ酒」というオリジナルギフトが大人気。酒のラベルに贈り主からメッセージや名前を印刷する一手間かけたサービスが、感動的なギフトを探している顧客の心をつかんでいる。また、贈り先の方が生まれた日の新聞を取り寄せ同梱するセットも人気だ。

幻の酒は、2000年に松本伸一社長が新潟の酒をネット販売する会社として創業（酒類小売業免許は祖父の代から所有）した。大手インターネットショッピングピン

ど複数の専門サイトを構築し、顧客への多様な入口を設けることによって新規顧客を開拓している。

**新潟の酒の酒粕も！
Facebookで情報交流**

こうした取り組みの結果、首都圏の顧客を中心にネットショップの販売が拡大。現在は年商1億6000万円にまで到達している。ただ、ギフト商品は性質上リピート需要が少ない。

松本社長はリピート可能な商品として、発酵食品のブームも意識して酒粕に力を入れている。

アカウントを持たない人でも閲覧できる「Facebookページ」で酒粕コミュニティを作り、料理やお菓子のレシピなどの情報交流を推進中だ。このページからは直接販売サイトに誘導せず、市場の活性化のみを行っている（酒粕で検索すると同社のサイトが上位に表示されるのであえてリンクしない）。

Facebookは、社

グモールへの出店の一方、幻の焼酎ブームを受け、取り扱いアイテムを増やして一般酒店への卸売り販売も行った。ただ、小売と卸売ではビジネスの性質が異なる。

「勘と経験と度胸が進みましたが、卸売では事業拡大に比例して在庫も増えていきました。売上はどんどん上がるが粗利はないという状況でした」

支援機関のサポートで気づき ここしかない酒を

転機が訪れたのは、地元の支援機関であるいがた産業創造機構が2005年に関東IT経営応援隊事業（当時）の一環として開催したセミナーに参加してからである。セミナー後、個別コンサルティングとしてITコーディネータ清

内外のコミュニケーションにも積極的に活用。メンバー以外には見えない閉じたグループを作る機能を用いて酒蔵と情報交換をしている。また、従業員の日報システムとしてグループウェア代わりに利用中だという。

「将来的には有料の国産グループウェアを導入するつもりですが、そこに行くまでのプロセスと

野和司から訪問アドバイスを受けた。その際、清野氏が同社のビジネス内容を整理した2枚のシートが松本社長に気づきをもたらした。

「整理された書類を見て、新潟の酒を全国に売るといふ創業の趣旨を確かめ、卸売からは撤収すべきと確信しました。ここではつきり気づいたのです」

当時の売上は2億円。売上額では卸売の方が比率が高かったが、大きな決断を下した。約半年かけて段階的に卸売事業を終了させた。

ネット販売では価格競争に巻き込まれないよう、オリジナル商品を創り出した。松本社長は「自社でブランドを作ろうと酒蔵からお酒を譲っていただきました。ラベルを作ってストーリーを含めて販売する方法です。地域の著名な方にラベルを書いていただいたこともありました」と振り返る。

ネットの世界は顧客からさまざまな意見が返ってくるのもメリットだ。顧客の声と市場動向を照らし合わせ、還暦祝い商品の開発に至ったという。

さらに地ビール、ブライダルな

して無料で使えるFacebookは役立っています」と松本社長は微笑む。

新潟の地酒から生まれる酒粕は、新たな素材であり、観光への貢献も期待される。地元での酒粕販売店の出店も構想しているという同社は、ネットで磨いた個性が地域にさらなる価値を提供するに違いない。

支援機関紹介



財団法人いがた産業創造機構 (NICO)

<http://www.nico.or.jp/>

情報戦略チームのメンバー

写真右から 佐藤実氏、青木龍雄氏、木嶋裕太氏、倉田謹一郎氏、中村裕生氏

ITコーディネータ

清野和司氏

いがた産業創造機構（通称NICO）は新潟県内の企業をサポートする支援機関である。特に中小企業のIT支援に関しては、2005年から独自事業と関東経済産業局の事業を組み合わせる経営革新へのIT活用を推進する事業を展開している。

幻の酒の松本社長が足を運んだのは、長岡で行われた「経営革新のためのIT活用事例セミナー」。NICOのIT経営支援事業は気づき（セミナー）、理解（経営者研修会）、実践（個別支援）を大きな枠組みとしている。松本社長はこのステップを踏みながら、事業の選択と集中の決断に至った。

個別コンサルティングの専門家として派遣されたのが、ITコーディネータの清野和司氏。幻の酒の現状を分析してわかりやすく図に整理し、今後の経営革新計画の立案をアドバイスした。これが同社の経営改革のきっかけになった。

NICOでは、2010年にコーディネータの青木龍雄氏による過去の支援企業のヒアリング調査が実施され、同社の成長を見守っていた。「中小企業IT経営力大賞2012」の応募にあたっては、青木氏が書類作成をサポートしている。

今年度も新潟、長岡、三条の3地域でセミナーを開催する予定だ。これを機会にまた新たな成功事例が生み出されることが期待される。