



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成26年12月01日 第693号「週刊五十嵐レポート」

革新

NHKの朝ドラ「マッサン」で、鴨居商店の大將がマッサンにウイスキーと炭酸を割った新商品を見せた場面がありました。当時の日本では日本酒が主流であり、ウイスキーは知らないお酒でした。そのためウイスキー単独ではまだ日本人には受け入れられないと考え、飲みやすいものとして発案しました。今では、日本のウイスキーは世界でも最高峰のレベルになりました。

一方現在の日本酒はどうなっているのでしょうか。H25年7月～H26年6月までの日本酒の出荷量は全国で対前年度比98.7% (315.6万石) と4.1万石減少。但し、兵庫県・京都府の2大生産地を除く45都道府県では、対前年度比100.9%と健闘しています。これは、兵庫・京都の大手日本酒メーカーの紙パックの酒が顧客から嫌われ、酒好適米を使った各地酒メーカーが評価されていると考えられます。

日本酒と炭酸を割って、レモンを入れる飲み方を提案したり、25度の濃縮された日本酒を開発して、「ロックでのむ日本酒」を提案する地酒メーカーも出てきました。当初はなかなか売れなかったのですが、販社から720ml以外に小瓶(180ml)はないのかといわれて作り出したら、売れてきました。また6年物、10年物といった古酒も出てきました。従来の日本酒の飲み方とは違うやり方で今まで日本酒になじみのなかった客層を開拓しています。日本酒の作り方にも「生酛(きもと)造り」と「山廃(やまはい)造り」にこだわる酒蔵も出てきました。

25度に濃縮された日本酒を作る機械は日本に5台しかありません(機械は製造中止)。となると限られた日本酒メーカーしか25度濃縮日本酒を作ることができません。つまりオンリーワンになる可能性があります。

日本酒業界は不思議です。兵庫・京都の大手日本酒メーカーが苦戦しています。つまり強者が苦戦し、弱者といわれている地方の地酒メーカーは独自性を発揮して業績を伸ばしています。常に革新です。

ちょっと
気になる出来事

私の事務所から徒歩2分のところのセントラルスポーツがオープンして2ヵ月半が経ちました。私はオープンと同時に入会し、仕事が終わったら通っていました。

2ヵ月半で約10キロ体重が減りました。

ズボンのベルトの穴が2つ短くなり、体が軽くなりました。

ようやく9年前の独立起業するころの体重に戻りつつあります。

この9年間、ほとんど運動もせず、食事が昔と変わらず食べていたらどんどん太ってしまいました。このままではヤバイなと思っていたときに、スポーツジムがオープン。この機会を逃したらもうないだろうと思い入会。

ようやく健康的な生活になってきました。まだ余分な肉があるので、減らしていきます。

「自分って運動が好きなんだな」と再確認。今度の目標は独身時代の体重です。毎日体重計に乗るのが日課です。



一口メモ
知識

パッケージングに関する意思決定

市場に提供される多くの製品は、パッケージングされていなければならない。パッケージングを製品(Product)、価格(Price)、チャネル(Place)、プロモーション(Promotion)に次ぐ第5のPと呼んでいる者もいる。

パッケージングに関する意思決定は、その大部分がコスト、生産などの要因に基づいてなされていた。主たる役割は、製品を包装したり保護したりする点にあった。現代では、パッケージングはマーケティング手段として重要なものになっている。セルフサービスの増加によって、パッケージングそのものが販売上の多くのタスクを遂行しなくなっている。消費者の興味の喚起から、製品特性の説明、販売までも行なわなければならない。

消費者が豊かになってきたために、便宜性、見栄え、信頼性、品格を高める良いパッケージに対して消費者は喜んでプレミアムを払うようになってきた。**フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より**

●「新・経営の志手帳」発売中! (1,000円+税)

●町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。

●町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

(株)五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

Tel03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

