

古町糍製造所

企業インタビュー

株式会社 古町糍製造所

代表取締役

おばた ひろき
小畑 宏樹

伝統産業の事業承継

会社概要

新潟県新潟市中央区古町に本社を構える株式会社古町糍製造所の原点は、おむすび屋銀座十石を営み、その素材選定から、糍のすばらしさに着目したところにある。そして、二〇〇九年、新潟古町糍専門店である古町糍製造所をたちあげた。その後、自由が丘、銀座に出店し、糍ブームの一翼を担った。伝統素材をモダンに表現したその手法が評価され、二〇一一年に酒蔵・現代司酒造の経営をまかされた。酒質の改善、デザイン変更など改革を行い、海外出荷も開始した。二〇一三年に味噌蔵・峰村商店から後継の依頼もうけ、味噌蔵再生へ取り組み始める。米、発酵を中心とした事業展開を始める。



furumachi_kouji 古町糍製造所

→消費者の購買意欲を刺激するようなSNSの投稿写真（古町糍製造所「インスタグラムより」）

発行者
新潟大学

執筆者/新潟大
山崎萌華
國谷幸太
桑原なな子
松原龍聖
山田悠柁也

近年、日本の伝統産業の衰退は著しいものとなってきている。調査の結果、衰退の理由は様々

あるが、大きく分けると、三つある。①需要の減少②担い手不足③お金を見出せないことであった。そこで、中小企業、特に伝統産業の事業承継や現代に合わせた商品開発を明らからせること、今後の古町の活性化にもつながるのではないかと考えて、企業取材をし

た。実際、古町糍製造所を取材するとは、先行きの不透明さ、後継者不足、消費量の減少などの問題を抱えていて、古町糍製造所は、M&Aをして、今代司酒造の事業承継をしたこと、費用が削減できた、り、何よりも、後継者のいない酒造の廃業を防いで、伝統産業を守ることができた。ただ、取材をするときは、事前調査では気づかなかつた

伝統素材を生かした SNS 戦略と多様化

古町糍製造所では、主にインスタグラムを利用したSNS戦略がとられている。これによって、新たな顧客との接点を生み出し、顧客にも発信させることで、UGC（ユーザー生成コンテンツ）として更なる発信範囲の拡大が図られ

ている。こうした宣伝の方法はメディアの現代化をうまく取り入れており、近年における日本人の米離れの解消の手助けの一つとなるという目標の達成へと繋がるといえる。そうした目標も維持しつつも、和食を注目が集まる世界に羽ばたくポテンシャルを秘めた甘酒産業の更なる展開を今後の

編集後記

M&Aは、中小企業を守るための手段として、これ

事業承継の負の面があることが分かった。例えば、管理会計が曖昧で、合併前は資産として計上されているが、実は使えない設備・商品だったというところもあった。無条件に、事業承継するのではなく、時代の流れに合わせて、新しいものを取り入れていくことが大切であると感じた。

会社詳細

古町糍製造所 株式会社
所在地：新潟県新潟市中央区古町通二番町533番地
代表者名：小畑宏樹
創業：二〇一四年
主要業務：糍を通じた新潟の地域活性化に貢献する。
二〇一四年には、新潟ニュービジネス大賞の受賞、新事業創出全国大会フオーラムアントレープレナー部門・特別賞受賞も受けている。