

Cチーム
「日本酒による嘉麻市
ブランディング戦略構築」



最終目標

①「嘉麻市の日本酒」出荷量を
3年で2倍

②嘉麻市の知名度・認知度の
向上

好奇心 向上心 行動力



嘉麻 Kou 醇

親孝行 癸醇

嘉麻市の日本酒の良いところ

- **戦国時代**から愛されてきた日本酒
- 遠賀川を源流とした**おいしい水とお米**

歴史ある嘉麻市の酒蔵

寒北斗
酒造

大里
酒造

梅ヶ谷
酒造

嘉麻市の日本酒の問題点



我々が描く3年後の嘉麻市像



嘉麻市の日本酒販売先

県内・九州の

特約店

嘉麻市の
観光客に

直接販売

九州以外の

飲食店
小売店

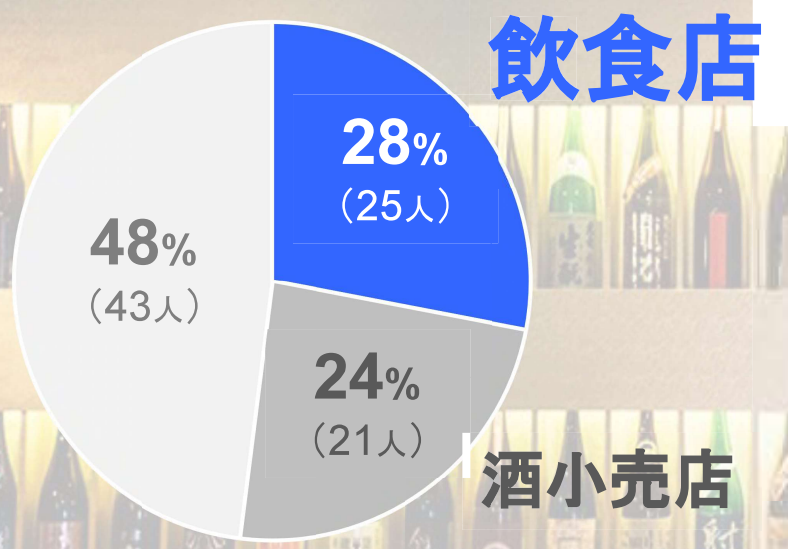
特約店とは...

酒造との特別な契約

→**優遇**の代わりに**厳しい制約条件**

(=厳正な品質管理・定価での販売)

お酒に関する情報の入手先



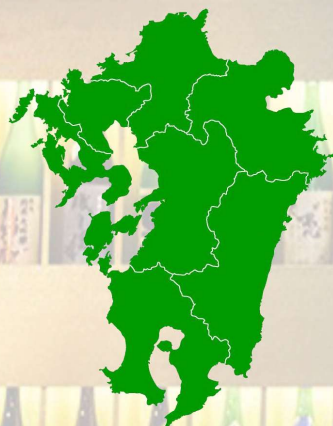
約**3人に1人**が
飲食店で知る

(回答数:89人)

酒類消費量

九州

関東



88,198kL



258,313kL

嘉麻市の日本酒販売先

県内・九州の

特約店

ギャップ

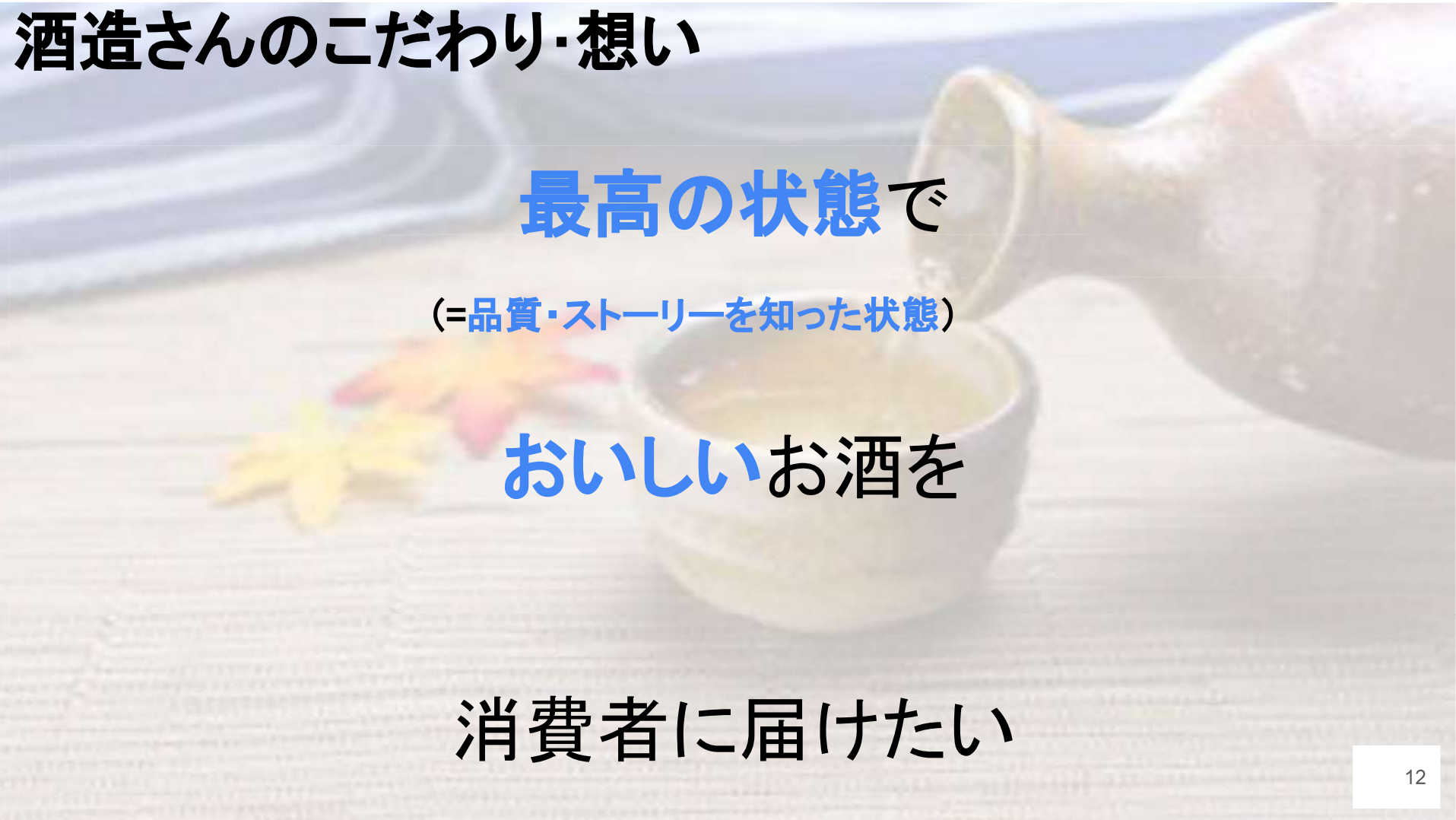
嘉麻市の
観光客に

直接販売

ギャップ

九州以外の

飲食店
小売店



酒造さんのこだわり・想い

最高の状態で

(=品質・ストーリーを知った状態)

おいしいお酒を

消費者に届けたい



おいしくて

地元で愛される

お酒を作りたい

酒造さんのこだわり・想い

販売店の
管理体制・雰囲気を
知りたい

酒造さんのこだわり・想い

最高の状態でおいしいお酒を消費者に届けたい

販売店の**管理体制・雰囲気**を知りたい

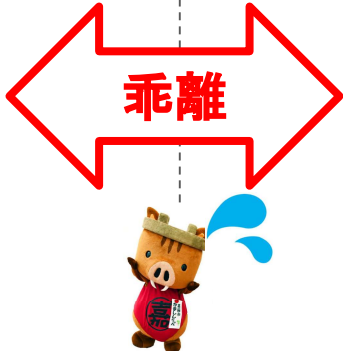


- 販売は**特約店**中心
- 販路拡大は**目で見**て

想いとギャップ

	嘉麻市	酒蔵
共通の 想い	知名度を 拡大 したい 出荷量を 増加 させたい	
出荷量	2倍	2倍は困難
販売経路	多角化	特約店中心
品質	考慮不足	最重要

乖離



ギャップを埋めるには....

酒蔵のこだわり(品質)を守りつつ

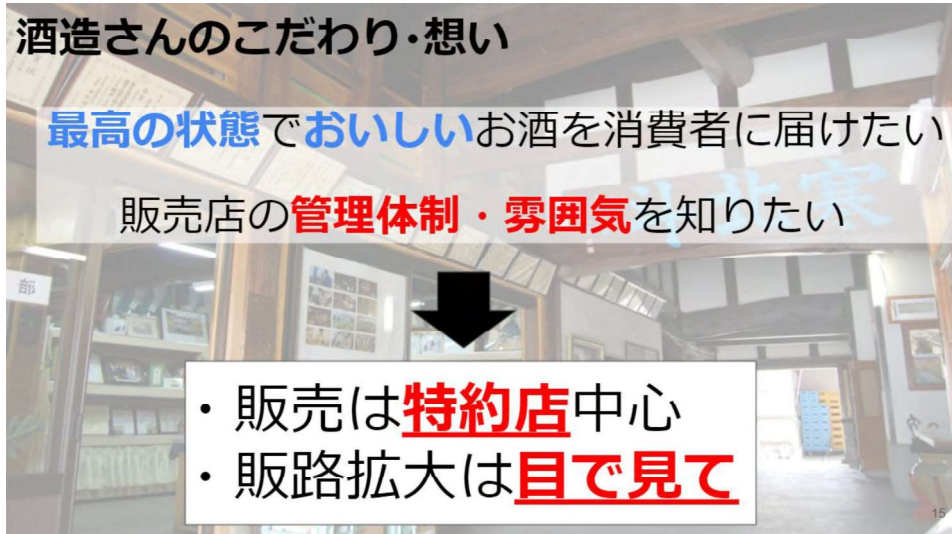
知名度拡大・出荷量増加を成し遂げる

施策

- 1 オンラインを通じた特約店開拓
- 2 嘉麻のうまい酒を発信するPR戦略

- 1 オンラインを通じた特約店開拓**
- 2 嘉麻のうまい酒を発信するPR戦略

課題の再確認



酒造さんのこだわり・想い

最高の状態でおいしいお酒を消費者に届けたい

販売店の管理体制・雰囲気を知りたい

↓

- 販売は**特約店**中心
- 販路拡大は**目で見て**

こだわりに合う

特約店を増やす


特約店数を2倍にするには

寒北斗酒造さんの場合

追加で**150**店舗増やす

(これまで150店舗の開拓に**30**年かかった)

従来、**店舗に赴いて**行っていた
特約店開拓を**効率化**する

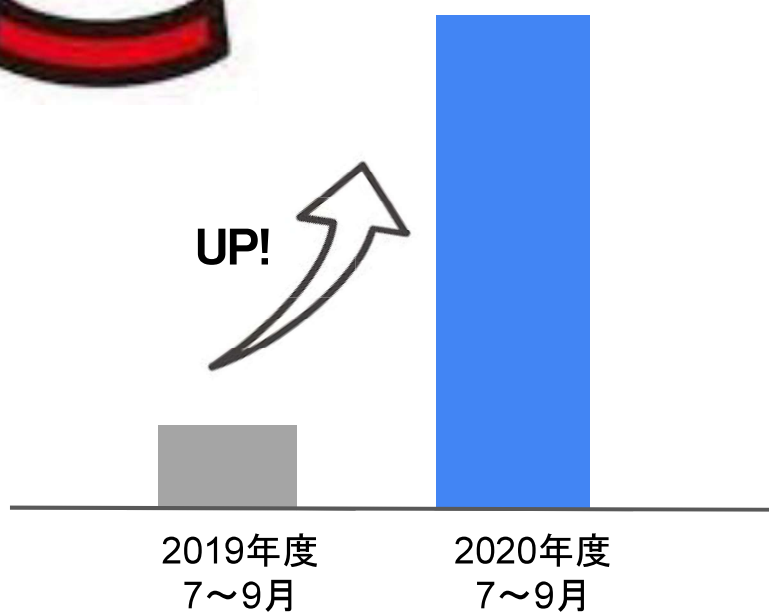
A man in a dark suit and striped tie is shown from the chest up on a computer monitor. He is giving a thumbs-up gesture. The monitor is on a wooden desk. In the background, there is a window with a view of greenery and a balcony with a yellow cloth. On the desk, there is a keyboard, a mouse on a black mat, a smartphone on a stand, a tablet, a small terrarium, and a desk lamp.

オンラインを通じた 特約店開拓

接触機会の創出

	現状	未来
販売店の範囲	ほぼ九州のみ	日本全国
現地へ 足を運ぶ段階	①接触 ②情報交換 の全て ③最終確認	最終確認のみ
交通費等コスト	年間48万円以上 ※東京・月4回訪問	0円
移動時間	年間288時間以上 ※東京・月4回訪問	0時間
デジタル化対応	不要	初期ハードルあり

リモート化による効果



デジタル化によって
顧客コンタクト数

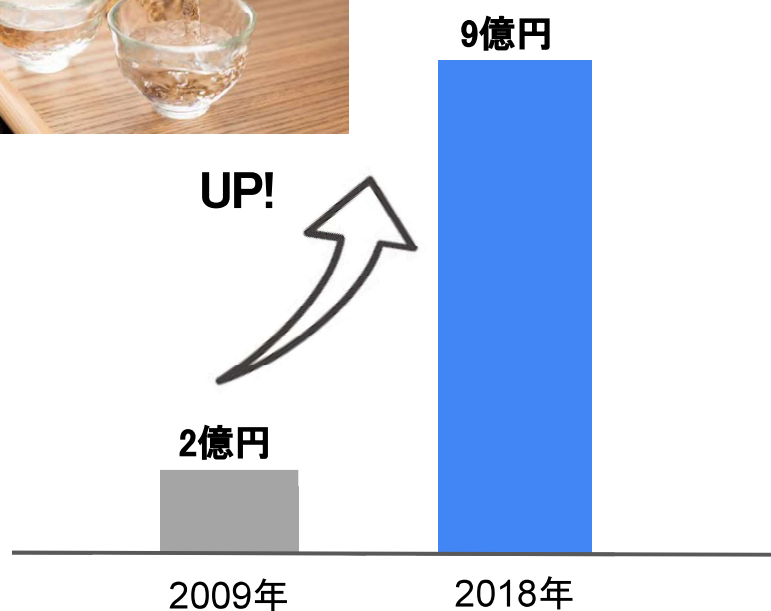
5倍

※ソフトバンク株式会社

<https://business.nikkei.com/atcl/gen/19/00281/041900005/>

リモート化による特約店増加

※山形県 楯の川酒造の事例



リモート営業導入後

日本酒売上高

4.5倍

施策① 市と酒蔵の連携スキーム



これからの特約店数(寒北斗酒造の場合)

1週間で1店舗増加

→3年で**150**店舗増加=今の**2**倍

試算

- ・1日2件商談が可能
- ・成約率10%

1

オンラインを通じた特約店開拓

2

嘉麻のうまい酒を発信するPR戦略

市と酒蔵の想いのヒアリング結果


嘉麻市

若者に嘉麻市の魅力を知ってほしい

酒蔵

若者への認知度を拡大したい

若者へのアプローチ



オンライン成人祝い

～日本酒の嗜み方を学ぶ～

ターゲット

新成人



親御さん

日本酒の良さを
まだ知らない人

イベント詳細



開催日:2022年1月15日(土)

参加費:無料

参加方法:Zoom(参加型イベント)

内容:①嘉麻市の紹介

②乾杯

③日本酒の嗜み方実践

④酒蔵さんのおつまみレシピ紹介

特典:日本酒などのプレゼント・割引



日本酒

嘉麻市3酒造の 日本酒販売

新成人

無料

(5000円相当)

その他の方

通常価格から

1000円

割引



特産品

組み合わせを楽しめる特
産品販売

新成人

無料

(3000円相当)

その他の方

通常価格から

500円

割引

嗜み方への疑問

何と一緒に
飲むのが
いいの？

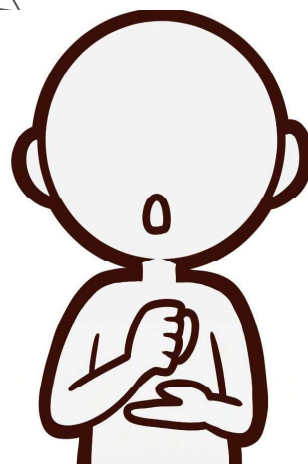
どんな種類
があるの？



嗜み方実践

豚肉と食べるのが
いいんだね！

色んな種類の
味があるんだね！



おつまみレシピ紹介

焼豚生姜焼き

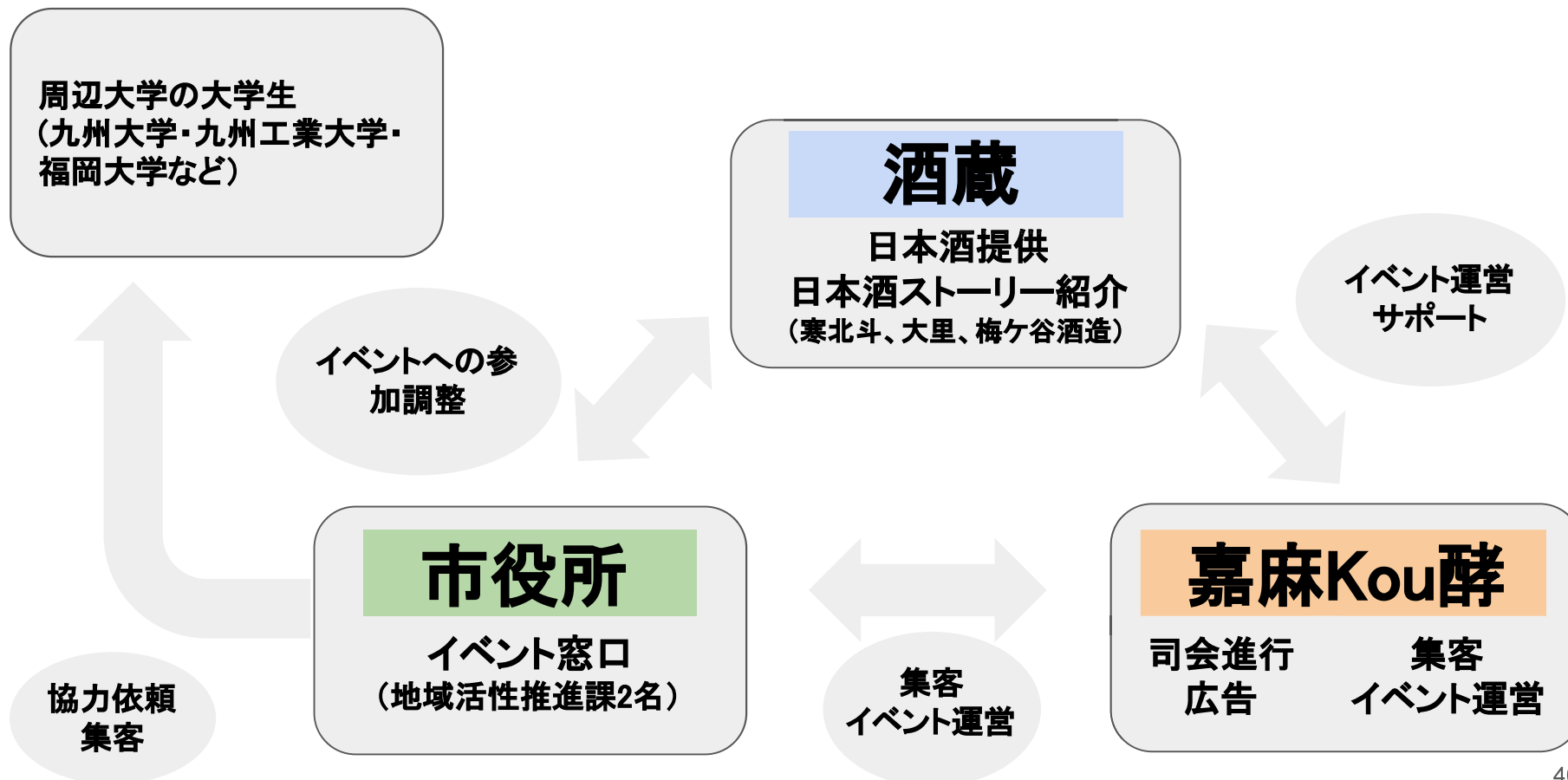


寒北斗酒造さんの
酒粕で作った『吟醸なら漬』を使っ
たレシピ

嘉麻市を酒で盛り上げる年間イベント案



施策② 連携スキーム



今後の嘉麻市

施策1:オンラインを通じた特約店獲得

施策2:嘉麻のうまい酒を発信するPR戦略

酒造さんと嘉麻市、嘉麻Kou酵が一丸となって、
最高の日本酒を市外に発信できる状態へ

地域活性推進課の方々にご協力して頂きたい事



① 酒造が作成したチェックリストに基づく特約店の選定

② 酒造・特約店間のオンライン会議サポート

③ イベントの主催

④ イベント開催に向けた集客

ご承認いただきたい事項

施策名	コスト	人
オンラインを通じた特約店開拓	3万円 ^{*1}	3名 ^{*2} (地域活性推進課)
嘉麻市の日本酒の魅力PR戦略	19万円 ^{*3}	2名 ^{*4} (地域活性推進課)

ご採択頂いた暁には、
イベント実施に際して

嘉麻Kou酔チームとして

- ・司会進行
- ・広告
- ・集客
- ・イベント運営 をさせていただきます！

*1 (必要に応じて)Zoom利用料Businessプラン

*2 酒蔵とのミーティング、特約店選定

*3 PRにかかる費用

・新成人(20人想定) :16万円

※8000円/人(日本酒+おつまみ)

・その他参加者(20人想定) :3万円

※1500円/人 相当の割引

*4 イベント窓口・集客用の広報活動など

寒
斗

皇
田
成
士

嘉麻の人々にとって

「誇り」ある日本酒へ

梅
谷