



常陸野ネストビールの製造

酒類の製造、販売業。政府の規制緩和のもと、当社の「酒類の製造技術、販売のマーケット」を活用し、日本酒醸造 176 年の伝統技術で、こだわりのある地ビールの醸造を開始した。

業況等の動向について

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

清酒製造業が冬場の事業である為、夏場の事業に参入を考えた。1994 年の政府の規制緩和により地ビールの製造が可能になったことをきっかけに、日本酒醸造 176 年の伝統技術で、こだわりのある地ビールの醸造を構想した。まず大手の商社、ビールメーカー等とコンタクトをとり事業計画の策定を開始した。しかし設備費や技術指導料で数億円との事。当社の様な弱小企業ではとても可能な投資額ではない。事業化は無理かとあきらめかけた時、インターネットのホームページ上でカナダの DME 社というビールの醸造機械のメーカーを知った。DME 社と電子メールで何十回も交渉を重ね、大手商社の半額以下の価格で彼らの日本での第一号機を直接購入した。また DME 社も日本での初めての仕事なので親身になって相談に乗ってくれ、彼らの持つビール造りのノウハウを全て提供していただくことになり、ようやく地ビール醸造にこぎつけた。その後ビール製造は順調に進み、代表的な銘柄である、ホワイトエールは 1998 年、1999 年のジャパンビアカップで 2 年連続金メダル、2000 年と 2004 年ワールドビアカップ金メダル、2002 年英国 The Brewing Industry International Awards 金メダル及び部門総合チャンピオンに輝いた。

また地ビール製造から波及して、今度は手造り工房(BOP 工房)日本で最初の本格的マイビール工房をつくった。当社の敷地内は製造免許場である。この敷地内でビール通の顧客に自分の好きなビールを手造りで楽しんでいただく。もちろんビールの素や、シロップで醸造するものではない。欧米の最上級素材を材料に、当社のネストビールと同じ製法で本格的に醸造する。工房の中にはビールを仕込む為の釜が 8 釜。1 種類のビールを造る為には 2 釜使用。さらに量が増える場合は 4 釜を使用して最大 180 本まで仕込める。

参入時にはマーケティングを行い、試飲会の実施や海外での展示会出展を行った。

参入して最も成果のあったこと及び最も困難だったこと

成果のあったこととしては、海外に販路が広がった。新しい国内マーケットに参入できた。

困難だったのは、設備投資額の回収である。販売方法も大きな問題だった。一般の地ビール工場では、レストランを

併設してそこで自社のビールを提供している。しかし当社のノウハウは、本当に美味しいと評価されるものを安価で多くの顧客に提供すること。だからあえて自社レストランでの販売ではなく、瓶に詰めての販売にこだわった。より新鮮なビールにこだわる為に完全無菌の充填設備を導入し、また醸造のプロセスでも有害な乳酸菌、バクテリアの混入を完全に排除した。

業況等について

業況は好調で、海外の販売が好調である。新規参入事業に関して、現在、売上高 600,000 千円(売上高構成比 65%)で、業況的には好調である。海外の販売が好調である。

今後の展望・見通し

今後は拡大方針をとる予定である。ビール関連の売上高 10 億円をめざす。

メリット・デメリット

メリットとしては事業規模の拡大ができた。会社のイメージアップが図れた。

デメリットは設備投資の回収である。

異業種参入時のアドバイス

設備投資をいかに効率よく行なうかを十分に検討する。

行政の支援について

異業種参入に際し、役に立った行政、支援機関の制度
茨城県新製品開発支援事業、産業大県いばらき補助事業

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

新製品を研究する際の補助金が必要。

会社概要

設立: 1823 年

資本金: 2,500 千円

従業員数: 40 名

URL: <http://www.kodawari.cc>