

事例 2-1-9 株式会社小山本家酒造

「廃業する酒造会社からブランドなどの一部の経営資源を引き継いだ企業」

埼玉県さいたま市の株式会社小山本家酒造（従業員160名、資本金3,775万円）は、清酒の製造、販売を行う、1808年（文化五年）創業の老舗である。全国11か所の工場・事業所、7つのグループ企業を有し、「金紋世界鷹」などの人気ブランドがあり、売上高は業界上位となっている。

2017年12月に、同社の小山景市会長は、東京都北区で同業種を営む小山酒造株式会社の社長から、2018年2月に廃業するため清酒ブランド「丸真正宗」を引き継いで欲しいとの打診を受けた。「丸真正宗」は、地元赤羽で愛されてきた140年間続くブランドで、存続を望む声が多かった。急な廃業に際して、取引先に迷惑を掛けないようにするために、小山酒造の代表者は、遠縁の親類関係にあった小山会長に声をかけた。ブランドを譲り受ける同社にとっても、商品ラインナップを広げることができるというメリットがあった。

廃業時期が決まっており、事業の全てを引き継ぐことは困難であったため、同社は、小山酒造の有する経営資源を個別に引き継いだ。残っていた在庫の原酒は、同社の

ブレンド商品に配合し、活用した。醸造するための機械設備については、一部の規格の合うものを引き継いだ。「丸真正宗」ブランドは、商標登録の変更を行い、商品としては5アイテムを引き継いだ。離れる販売先もいたが、最も懇意にしていた赤羽の居酒屋などとの取引は継続している。従業員については、元の職場の近隣にあるグループ会社に2名採用した。

打診を受けてから廃業まで3か月弱と、引継ぎの手続きを行う時間が短い難しさがあったが、互いの会社の実務に長けている者同士が直接調整したことで、十分な引継ぎを実施することができた。引き継いだ経営資源は、全て同社の事業に活用できているという。

同社の小松崎功社長は、「伝統あるブランドを残すことができ、居酒屋などから喜ばれ、引き継いで良かったと感じている。新たに、スーパー向けの2Lパックの丸真正宗の製造も開始し、全国展開している。これまでの顧客を大切にしながら、新しい顧客にも愛される商品を作っていく。今後も、地域に密着した地域の清酒を大切に、成長していきたい。」と語る。



同社の本社



「丸真正宗」