



kyoi



スコットランド生まれのビックくんは、
地元で有名なスコッチ博士だった。

ビックくんが生まれたのは1800年代前半のスコットランド。
スコッチ工場を寝ぐらに成長したビックくんはスコッチを飲む亀として地元で知られていました。
人間に面白がられ利用されそうになるビックくんをいつもかばい守ってくれたのが、
スコッチ工場の娘だったのです。
ビックんとその娘は、スコッチを通じて会話するようになりいつしか心の友となりました。



2018 June

心にしみる一杯のシアワセを
より多くの人に届ける。

わたくしたちは、安政元年（1854年）の創業以来、二六〇有余年にわたり、「酒」と「文化」を醸し続けています。造り酒屋としてスタートし、近代の酒類業界の歴史とともに歩み、今では酒造企画メーカー・卸売業・業務用営業・小売業と4つの機能を持ちながら、歴史を刻んでいます。いろいろな顔を持つ多面体の企業ではありますが、その根底にあるのは、一杯のシアワセを届けることへの想いで

す。お酒は人と人を結び、心と心を通わせ、多くのシアワセを創り出してきました。二六〇有余年で培った伝統に、現代のAIなどをはじめとするシステム構築を軸に、老舗でありながらベンチャー企業としての感性を持ち、おもてなしの心を伝える酒文化の企業として、一杯のシアワセを提供していきたいと考えております。

五代目・代表取締役社長
伊藤彰悟



黒船に乗って来日したビックくんは
日本酒の美味しさと出逢うことに。

お酒の味がわかる亀として世界中を旅したビックくんはアメリカでお酒好きの軍人さんを紹介されます。
これから日本に旅立とうとしていた軍人さんはともに黒船に乗って日本に行き、
かの地で愛される米のお酒の味見をするようビックんに申し伝え、ビックくんは快く受け入れます。
ビックんとお酒の存在が国際親善に役立つ第一歩となるのです。



敷地内に今も残る名古屋城下武家屋敷より移築された門

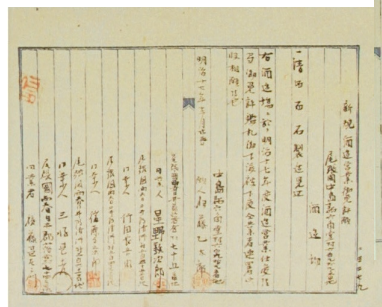
5

近代日本の歩みとともに
時を刻み続けてきた。

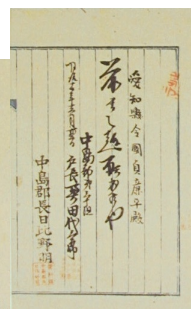
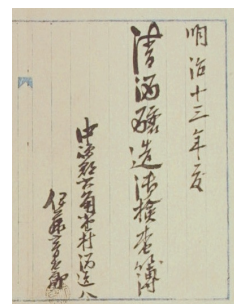
藤桂京伊は、現在の愛知県稲沢市において、造り酒屋としてスタートしました。時は江戸末期、安政元年。藤桂京伊創業の1年前には、俗に言う安政の大地震が起こりました。東海地区にも大きな被害があり、名古屋城の門や堀、屋根などは破損したという記録が残されています。現在の稲沢市のあたりの被害も相当だったのではないかと予想されます。初代・伊助は、おそらく震災復興の想いをこめて、酒蔵を建て、造り酒屋として地域産業を盛り上げようとしたのではないでしょう。か。そして創業から12年後の1867年に、明治維新がおきます。日本中がひっくり返るような出来事であり、同時に日本が近代国家の仲間入りを果たした時代でもありました。つまり、藤桂京伊は近代日本と歩をともし、大きな夢の実現に向けて成長してきたのです。



明治31年
酒類受払帳



明治17年
新規酒造営業卸免許願



明治13年
清酒醸造卸検査簿



お酒を交わすことで、
心が結びついたり、
本音を語れたり。

藤桂京伊の会議室は、時に社外へ、
時に夜の時間へとワープします。
単にお酒を扱う会社だから、というだけでなく
お酒を交わすことで結びつく想いや
本音を語ることの大切さを知っているからです。
それは前時代的な“会社の飲み会”とは異なって
自由で、ほどよくウィットが効いている、そんな時間。
心に沁みる一杯が、そこにあります。

人と人、お酒と人、
すべては双方向の
交流から始まる仕事。

今や、世界中で日本人がいちばん多くの種類のお酒を愛飲しているのではないでしょう。日本酒や焼酎、ビールはもちろん、ワイン、ウイスキー、ハードリカーが一般家庭にも置かれるようになりました。お酒を楽しむ術は広がっていると言つていいでしょう。わたしたちは、一杯のお酒が人の心を満たし、人と人を結びつけ、人生を明るく豊かなものにするシアワセを、より多くの方にお届けしたいと思つています。お酒を商品として扱うだけでなく、その奥にあるお酒のコミュニケーション力や癒しの効果まで、大切にしていきたいと考えているからです。そしてその力は、わたしたち社内のコミュニケーションにも活用しています。いつも基本にあるのは、対話であり、交流であり、そしてお互いを理解する心です。



日本国内を世界あちこちを
良酒を求め
パートナーを訪ねる旅へ。

藤桂京伊では、日本の酒蔵や、世界のワイナリーと協力関係を保ち、良酒の安定供給を心がけております。新潟県の銘酒として知られる「根知男山」もその一つ。酒米「五百万石」の田圃を初めて訪ねたとき、身震いするほど感動を覚えました。なぜなら、その小さな山間の根知谷と呼ばれるその土地は、日本酒の米を作るための条件に満たされた、宝石のよう美しいところだったからです。昼は山に向かつて風が吹き上げ、太陽がまんべんなくあたります。夜になると気温が一気に下がり、風は山から田圃へと吹き下ろします。そしてさらにわたしたちを驚かせたのは、自社栽培した根知谷の米を自社内で醸していたことでした。いわゆるワインでいうところの「ドメース」です。こうした想いとお酒の味に惚れこんだ作り手と、パートナーシップを結び、お客様に良酒をお届けしています。



Partnership



根知谷の風景が生み出したお酒に 心の底から惚れた。

ワインの専門用語で、テロワールという言葉があります。

ぶどうが育つ地域の気候や地形、地質、土壌、そこに吹く風や太陽の当たり具合など、すべてを網羅した環境のことを言い、

テロワールがワインの味わいを決定づけていると考えられています。

新潟県の根知谷に、テロワールを意識して米から作る日本酒の生産者が居ます。

藤桂京伊は、その考え方と日本酒の味わいに、
心の底から惚れ抜き、パートナーシップを結びました。

わたしたちは、こうして世界中の酒蔵を歩き、
そのスピリットに触れながら、共に歩める仲間を探しています。

合名会社渡辺酒店代表
渡辺 吉樹 氏



創業一六〇有余年の老舗であり

最先端のベンチャー企業は、

小売もするが卸もプロ。

いろいろな顔を持つ藤桂京伊の会社のこと。



酒やビックの登場が
地域に与えた影響。

1986年(昭和61年)、酒の大型専門店「酒やビック」1号店が名古屋市内にオープンしました。大量仕入れと国内外メーカーとのタイアップ、オリジナル商品の販売など、業界では先駆的なスタイルでディスカウント価格を実現しました。現在は直営・フランチャイズ合わせて100店舗を超え、地域のニーズに合わせた「地域一番店」として愛されています。幅広いラインアップと気軽に立ち寄れる店舗づくりが功を奏し、家計を預かる主婦や会社帰りの方など、あらゆる層の方々から

支持をいただいております。たとえば、都市部のワイン愛好者が多いエリアでは、ワインセラーを設置してワインを貯蔵するのにふさわしい環境を整え、お客様とワインに関する会話をしながらお酒選びを楽しんでいただける工夫をほどこしています。住宅街エリアでは、Can☆Doやリサイクルステーションを併設している店舗もあります。酒やビックの登場により、その地域にお酒を囲んで笑顔が増える、そんな風景を目指しています。

Collaboration



酒やビツクの フランチャイズ 展開。

「酒やビツク」は酒の大型専門店・ディスカウント価格のお店としてブランドینگに成功しました。それは、接客重視の考えのもと、お客様が商品を選びやすい、買い求めやすいように、フレキシブルに店舗のレイアウトや商品を見直しているからです。この企業文化をベースにして、東海地区を中心とした藤桂京伊の直営店舗をはじめ、フランチャイズ契約でオープンした店舗が点在しています。フランチャイズだからといって、詳細な販売マニュアルはありません。藤桂京伊の企業スピリットを酒やビツクを経営してくださる方にお伝えし、低率のロイヤリティで協力体制を組んでいます。根底にあるのは、地域一番店を目指すこと、そしてお酒を愛する全ての人にとって憩いの場所になるように努力することです。



お酒をよく知る人に愛される 京屋伊助。

地酒や高級酒などこだわりの強いラインアップは、大量仕入れのディスカウントストアで流通させることはできません。希少価値の高い商品を求める消費者ゾーンを考慮して作られたのが「京屋伊助」ブランドです。お酒を造る・卸す・売る、酒類を扱う企業としてお酒に関する業務のすべてを担う藤桂京伊にとって、既存店から一歩進んだ小売店である「京屋伊助ブランド」を誕生させることができたのは、とても大きなチャレンジでした。だからこそ、店名には造り酒屋からスタートした初代の名前・伊助を冠したのです。お酒をよく知るお客様が何を求めているか、どんな商品に満足されるかを常にマーケティング。きちんと納得してお買い求めいただきたいので、基本的には昔ながらの対人販売で、商品と接客のスキルアップに努めています。二六〇年以上の歴史があるからこそ出来ることは何か？を追究しつつ、店舗づくりもお酒に対する考え方も、常に原点に戻ることが大切になっています。





競合ではなく、 協業へ。

かつて酒類業界は、競争に始まり競争に終わる、という時代がありました。お互いに切磋琢磨しながら、他社よりも抜きん出ることを目標にしてきました。しかしそんな時代はもう終わったのではないのでしょうか。藤桂京伊が目指すのは、互いを成長させ、コミュニケーションのとれる関係です。だから、同業の企業は、競合ではなく協業する仲間。酒文化を後世に伝えていくために、お互いにプラスになる考え方で、ともに良くなろうと提唱したいと思っています。そのためには、時に業種を超え、あらゆる垣根を取り払い、新しい発想でコラボレーションしていくことが必要不可欠になってくるでしょう。酒を中心に次の世代へとともに歩んでいきたいと考えています。



酒文化だけでなく、 食文化全般に。

お酒は常に食べ物とともにあります。楽しいお酒の席には、必ず美味しい食べ物があるはず。酒文化を語る前に、食文化に精通していることが酒類に携わる人には必要なことだと考えています。そこで、藤桂京伊では、食文化の担い手となるべく、名古屋市中区にある老舗食品スーパーのM & Aに成功し、スーパーマーケットを傘下に加えることができました。生鮮品を扱う難しさを知るのは、わたしたちに



とつて大きな学びになりました。こうした積み重ねが、食文化全体のボトムアップにつながるのではないかと考えています。新鮮で旬な食品とお酒があつてこそ、日本の食と酒文化が発展していくのだと思います。こうして食品業界と結びついたことで、今後はさらに食と酒の美味しい関係を、藤桂京伊から発信していきたいと考えております。



顧客満足度を第一優先にした 独自の卸売業。

1963年(昭和38年)に酒類の販売価格が自由化され、酒類業界に価格競争という革命がおきます。そこで藤桂京伊は、酒類卸売免許を取得し、卸売業に進出しました。スケールメリットを生かし、大量仕入れ販売によって低価格を実現。レストランや居酒屋、ホテルや総合レ

ジャー施設などの外食産業部門に対して、業務用卸を始めました。もちろん、ここでも創業以来の酒造りのスピリットは生きています。藤桂京伊にとって、外食産業企業も最終消費者も両方が大切なお客様。そのお客様にいかに満足していただけるかを常に考えて提案をしています。



Collaboration



場合によっては、業務用食材の販売やメニュー開発、新商品の提案や店舗開発のサポートなど、あらゆる情報を提供することで、お客様に満足していただける卸業を目指しています。そして藤桂京伊のスケルメリットは、業務用卸と酒やビツクでの店頭販売という2通りのルートを持つということです。価格をとにかく安く希望されるお客様には酒やビツクで買い求めいただき、配送を希望されるお客様には業務用卸の方法で商品を納品しています。このように、あらゆるご希望にきちんと向き合ってお付き合いしていくことがわたしたちの強みなのです。卸業は、お客様とのパートナーシップが要であると考えております。



プライベートブランドをプロデュース。

藤桂京伊は、酒類メーカーとの提携により、日本酒や焼酎、ウイスキー、みりん、飲料水などの商品ラインアップで、プライベートブランドを生産しています。これらは、消費者ニーズの詳細な把握、そしてトップメーカーとの確かな協力関係があってこそそのプロデュース。そしてなんと、言っても、造り酒屋からスタートしている歴史が

あるからこそ、です。酒造りに対するこだわりは、企業スピリットとして脈々と受け継がれています。「美味しいお酒を手頃な価格でお客様に楽しんでもらいたい」という創業時からの思いが、プライベートブランドのプロデュースという形に変わって、お客様の元へとお届けしています。



海外からの自社輸入ルートで世界の酒を家庭へ。

藤桂京伊は、酒類卸売免許を持つ強みを生かし、自社で輸入ルートを確立し、輸入販売業にも進出しています。個食の時代を迎え、酒選びにも個人の嗜好が強く表れるようになりました。ワイン、ブランド、ウイスキー、ビールなどの輸入商品は、安定したニーズに支えられて、各店舗で売り上げを伸ばしています。1店舗での扱い本数が仮に少ないとしても、藤桂

京伊のネットワークで輸入酒の安定供給が実現するのです。そしてこの仕組みを構築するためには、物流センターの開設が必要でした。2009年、愛知県春日井市に従来のセンターよりも大規模な自社物流センターを開設。各店舗へ迅速に商品を配送できるようになっただけでなく、店舗在庫把握の効率化も実現することができました。





藤桂京伊で仕事する仲間たちの声を紹介します。

<p>店長とエリアを統括するマネジャーとして2つの役割を持っています。エリア全体を管理する立場として、売上アップのための店舗づくりはもちろん、スタッフのモチベーションやコミュニケーションについても気を配っています。</p> <p>藤桂京伊は、すべての距離が近いことがいっばんの魅力かなと思います。距離とは、お客様とお店との距離、スタッフ同士の距離、そして上司と部下の距離です。少数精鋭をモットーにしていますので、人間関係の良さは大切な宝です。</p> <p>33歳 男性 F 統括店長</p>	<p>店長として店舗運営全般を任されています。私は中途採用で、前職とは全く違う業界でしたが、お酒に興味があつて応募しました。店舗運営は店長判断によるところが大きく、自分がやってみたいことをどんどん試せるので、責任も大きいです。やりがいも大きいです。アルバイトスタッフともコミュニケーションを密にとりながら、成功も失敗も含めて、自分の力量を自覚しながら、前に進んでいます。</p> <p>28歳 女性 K 店長</p>
<p>学生時代にコンビニでアルバイトしていた経験から小売業とお酒に興味があり、応募してみると、人間関係を重要視している企業風土に惹かれて入社しました。まだまだビジネスマナーの勉強不足を感じつつも、お客様相手の仕事にはやりがいを感じています。なによりも社員の情熱を受け入れてくれるところがありがたい。夢は、藤桂京伊で商品開発をすることです。本当に美味しいと思えるものをプロデュースしてみたいです。</p> <p>29歳 男性 K 店長</p>	<p>店舗運営サポートとして、商品管理やアルバイトスタッフの指導に当たっています。お酒が好きで、特にワインが大好き。ワインアドバイザー資格取得のサポート制度があるので、現在はワインの勉強に必死です。いつかはワインの専門職に就いてみたいとも考えています。その前に、まずは1店舗を任される人材になることを目標にして、店舗運営を学んでいます。</p> <p>25歳 男性 Y 店舗スタッフ</p>
<p>店舗での接客、レジ、POPづくり、売り場づくり、事務などを担当しています。入社した当初は、お酒のビジネスに女性？と周りから言われたこともありましたが、そんな抵抗感を私は持つことはありませんでした。若手社員の意見が通りやすく、みんなで見聞を言い合う雰囲気だからでしょうか。現在、女性働きやすいプロジェクトに参加しています。藤桂京伊の女性比率をもっと増やしていきたいと思っています。</p> <p>27歳 女性 O 店舗スタッフ</p>	<p>入社1年目のわたしは、店舗スタッフとして、朝の準備からアルバイトさんたちの管理、売上金の管理など、忙しく過ごしています。1日があつという間に過ぎていくというイメージです。お酒が好きで入った会社ですが、今は地域のお客様とのふれあいを通じ、本当に色々なことを学んでいます。団結力が強いスタッフとともに、SNSや個人活動を通じてお店の宣伝をしていき、売上アップにつなげていくことが今の目標です。</p> <p>21歳 男性 I 店舗スタッフ</p>

Profile



■会社概要

創業	1854年(安政元年)
設立	1969年(昭和44年)
本社	愛知県稲沢市井之口親畑町147
資本金	5000万円
代表者	代表取締役社長 伊藤彰悟
年商	284億円(平成31年3月期)
事業内容	総合酒類卸・販売業、 酒の総合専門チェーン「酒やビック」の 展開及びフランチャイズ事業、 自社ブランドの和洋酒製造企画
社員数	197名(平成31年4月現在)

■会社沿革

1854年(安政元年)	初代・伊藤伊助、酒造業を始める	1986年(昭和61年)	ディスカウント形式1号店として 酒やビック守山店を開店
1882年(明治15年)	2代目・伊藤乙太郎、事業を継承する	1991年(平成3年)	酒やビック岐阜店を開店
1932年(昭和7年)	3代目・伊藤圭一、事業を継承する	1993年(平成5年)	酒やビック四日市店を開店
1965年(昭和40年)	4代目・伊藤誠朗、事業を継承する	1994年(平成6年)	酒やトップ浜松店を開店 食品館を併設した酒やビック 新城店を開店
1969年(昭和44年)	愛知県稲沢市六角堂に 藤桂京伊株式会社を設立	2000年(平成12年)	新業態の種類専門店として 京屋伊助豊田吉原町店を開店
1972年(昭和47年)	酒類卸売業免許を取得	2006年(平成18年)	酒やビック彦根店を開店
1973年(昭和48年)	愛知県稲沢市井之口に 酒類販売業免許を取得	2007年(平成19年)	酒やビック小牧物流センターを開所
1975年(昭和50年)	ショッピングセンター「サンテラスユニ 」宮店内に京伊ユニ「宮店」を開店	2009年(平成21年)	フード&リカーグランビックを開店
1983年(昭和58年)	本社を愛知県稲沢市井之口に移転	2013年(平成25年)	酒やビック春日井物流センターへ移管
		2014年(平成26年)	5代目・伊藤彰悟、事業を継承 酒やビック滝ノ水店
		2019年(平成31年)	「Can☆Do」コーナー併設開店 酒やビック静岡中村町店 「Can☆Do」コーナーおよび 「ランドリービックくん」併設開店 愛知・岐阜・三重・静岡・滋賀に 108店舗を展開中



160年の時を超えてめぐり逢う。

出逢いは突然でした。

なにげなく夜空を見上げたその時、目の前にピツくんがあらわれたのです。

なぜだか遠い遠い記憶がどこかから蘇ってきます。

それを見通しているかのように、

お酒のひとしづくみみたいなまんまるの満月が瞳に映りこんでいました。

酒やピツ

京屋伊助

藤桂京伊株式会社

〒492-8156 愛知県稲沢市井之口親畑町147 Tel.0587-32-1514 Fax.0587-21-8887

<http://www.sakayabic.co.jp/>