

CAVE D'OCCI



主力商品：ワイン

- 本社所在地：新潟県新潟市西蒲区
- 事業概要：ワイン製造販売・飲食宿泊業
- 常時使用する従業員：215名
（グループ全体・2025年7月時点）
- 現在の売上高：16億円
（グループ全体・2025年7月期）
- 法人番号：2110001008228
- Web：https://www.docci.com

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役
今井 卓

ワイナリーにおける地域資源の活用と体験価値の創出を通して、「豊かな時間」を提供していきます。

カーブドッチはこれまで、ワイン・食・文化を融合した体験サービスの充実により、ワイナリーリゾートとして独自のブランドを築いてきました。今後は、これまで培ってきたノウハウを活かし、地域特性を活かしたワイナリー運営を県内外に推進します。運営における「カーブドッチモデル」を確立し、体験型宿泊施設を広げ、持続的な成長と売上規模の拡大を実現し、100億円企業への飛躍を目指します。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

- カーブドッチグループは、体験型ワイナリーリゾート事業の拡大により、現在の16億円から2036年に年間売上高100億円を達成。
- ①ワイナリーの集客強化に向けエリア内に5軒の宿泊施設を運営。
 - ②首都圏の飲食店を30店舗に拡大しワイナリーへの誘客導線強化。
 - ③他地域のワイナリーをM&Aにより取得。自社を含め5拠点運営。
 - ④カーブドッチモデルによる宿泊事業を他地域へ20拠点展開

課題

- ・人材育成：ワイン・飲食・宿泊を横断できる人材、多拠点展開の現場を任せられるマネジメント人材の確保
- ・資金調達と財務健全性：過度な借り入れによる財務リスク回避
- ・カーブドッチモデルの再現性：カーブドッチ本体の成功を、他地域でも再現できるかの不透明さ
- ・ブランド価値の維持：拡大が、ブランドの希少性・信頼性を損なうリスク。インバウンド・富裕層対応品質の維持

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ・人材面では、多拠点展開を担う運営人材の育成として、社内育成プログラムの構築や飲食店の現場を人材育成の場として活用
- ・資金面では、金融機関との連携を通じて財務健全性を維持。無理のない段階的な拡張を行う
- ・カーブドッチモデルの再現性確保に向け、標準化・運営マニュアル化、本部機能による横断支援体制を構築
- ・拠点拡大によるブランド価値低下を防ぐため、ブランドガイドラインの策定と品質管理体制を強化し、体験価値の一貫性を維持

実施体制

- ・社内体制：本部機能は戦略・ブランド・人材育成の中核。事業別ユニット制による分散型経営体制を構築。各拠点事業においては、責任者に一定の権限を与え、経営人材を育成する体制とする。
- ・外部との連携：金融機関を長期的な成長パートナーとし、資金調達およびM&Aなどの成長戦略を進める。地方自治体・地域のものづくり事業者・クリエイティブ分野の専門家と連携し、地域資源を活かした体験型事業のモデルを構築する。
- ・自社単独での拡大ではなく、外部パートナーとの協働による持続的成長モデルを確立することで、100億円企業を実現する。

売上高100億円実現の目標と課題

具体的措置(1)：カーブドッチのブランド力の強化
 地域資源を活用し、ワイン・食・文化の体験サービスの充実を図る。滞在需要の増加に応え、現在のオーベルジュに加え、ワイナリー内に異なるタイプの宿泊施設を5拠点整備する。
 2019年（既設）オーベルジュ宿泊施設 特徴：ワインと食を楽しむ
 2027年リトリート型宿泊施設 特徴：日常から離れ心身を整える
 2029年アウトドア型宿泊施設 特徴：アウトドア・サウナ・自然
 2030年ヴィネスパ宿泊施設（併合） 特徴：温泉・本・和食
 2031年新小屋宿泊施設 特徴：シャリュキュトリ&ビール

具体的措置(2)：地方の商圏人口には限りがあり集客は大きな課題
 現在7店舗ある首都圏の飲食店の出店を推進し、30店舗に拡大。ワイン、ビールの供給とコラボメニューの提供により、新潟のワイナリーへの誘客動線を強化する。

具体的措置(3)：国内の小規模ワイナリーのM&Aを進める
 県内外のワイナリーをM&Aし、自社を含め5拠点を運営。宿泊施設の併設により「ワイナリーリゾート」を展開し、宿泊も絡めた「カーブドッチモデル」を確立する。

具体的措置(4)：「カーブドッチモデル」を拡大
 ワインを核とした宿泊事業をさらに拡大する。ワインに関連の深い「食」「工芸」「健康」「文化」なども楽しめる宿泊施設とする。

売上高

