

採用強化だけでは「忙しいだけで儲からない」から脱却できない

今年 本気で低収益からの脱却し、労務環境の改善に取り組みたい経営者様へ

中食業界 経営レポート 詳細は中面

1拠点売上 3.5億円のデリバリー専門店が

たった2年で 営業利益額 2,710万円



所在地は人口3.1万人の佐賀県神埼市



伸ばすことができた理由



総力取材

驚きの生産性向上を実現!!

売上7,000万円増なのに総労働時間は5%削減!

弁当宅配専門店の業務改革手法とは?

仕出し店が取り組んだ「マーケティング改革×厨房・事務業務改善」

- たった10万円/月のコストで自社販路売上2,600万円/月を実現する販促手法!
■ 事前調理の仕組み化で「繁忙期の生産能力向上」「厨房労務環境の劇的改善」を両立!
■ 「人手・労働時間を増やすことなく」「売上・粗利率向上」でF/Lコスト9.7%削減!
■ 採用難時代の人材活用のポイントは「脱・職人依存」への仕組み作り!
■ 「完全週休2日制」を目指す!労務環境改善への本気の改革で「年間休日増」「賞与支給額1,200万円」

中面レポートで 経営データ 具体的取り組み 一挙公開!!

主催 Funai Soken 明日のグレートカンパニーを創る

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

仕出し・宅配専門店生産性アップセミナー TEL 0120-964-000 平日 9:30~17:30

お問い合わせNo.S043734 FAX 0120-964-111 24時間対応

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)→ 043734



有限会社雅叙苑
代表取締役 伊東 孝志 氏

1拠点売上3.5億円のデリバリー専門店が、**人手を増やすことなく** たった2年で営業利益額**2,710万円**伸ばすことができた理由

「社員の労働環境を改善したい」
生産性向上に取り組んだ動機でした。

1984年、当時経営していた寿司屋を仕出し専門店へと業態転換、拠点も今の神崎市へと移転。

仕出し店に業態転換後は、葬儀社様などお取引先様も増え続け、2000年には1店舗で年商3億円に到達するなど、順調に売上を拡大していました。

ただ、2010年代に入り、葬儀案件の売上が毎年減少したこともあり、**高齢化は進み、人手不足で採用も苦戦。**

1984年、当時経営していた寿司屋を仕出し専門店へと業態転換、拠点も今の神崎市へと移転。売上が増え続け、2000年には1店舗で年商3億円に到達するなど、順調に売上を拡大していました。

売上**7,000万円**増なのに総労働時間は**5%削減**！
驚きの生産性向上を実現 弁当宅配専門店の業務改革手法とは？

雅叙苑が取り組んだ「マーケティング改革」×「厨房・事務業務改善」の軌跡

| | 平成26年 | 平成27年 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上(万円) | 29,593 | 26,660 | 28,059 | 31,878 | 35,000 |
| 営業利益(万円) | -763 | -1,337 | -216 | 1,706 | 2,910 |
| | 低収益構造 | | 直販強化 | 生産性向上 | |

- ～平成27年 葬儀案件依存で売上も減少傾向となり年間**1,000万円以上の赤字**。労務環境改善のために**生産性アップ**に着手。
- 平成28年～ 直販強化に取り組み半年ほどで**直販売上2,200万円/月**まで伸長し、単月黒字に転換。
- 平成29年～ 生産性アップに取り組み**F/Lコスト9.7%**（原価1.7%、人件費8%）の削減に成功、営業利益は**1年で1,922万円増**。
- 平成30年～ 取り組み当初から一切人手を増やすことなく直販売上は**2,600万円/月**まで増加し、営業利益額は当初より**2,710万円増**。

とで、気付けば**人件費率は40%を超えて**いました。

にも関わらず繁忙期は人手不足。早朝から深夜まで作業することも当たり前。労働環境はどんどん悪化しているような状態でした。

「半分の売上を5分の1の人手で運営」 セミナーで生産性向上の糸口を掴む

瞬間冷凍機など厨房の機械

1,000万円の赤字。

このままではマズいなと

毎日目が回るくらい忙しいのに、蓋を開けると全く儲からない。現場に追われる毎日で先行きすら見えず、従業員の不満と退職希望者だけが増え続けていま

思いながら、何から手をつけていいか途方に暮れていた頃、船井総研さんからの案内で九州の仕出し店の話を聞く機会がありました。

望者だけが

その会社は売上こそ当社の半分くらいの規模でしたが、社員2名+パート5名と当社の5分の1程度の数で運営されていました。

まず減少し続けている葬儀社案件以外に売上の柱を作るため、直販強化の取り組みを開始。

アでも新規顧客の6〜7割は新たにリニューアルした自社サイト経由でした。

実際に着手してから半年で直販売上は2,200万円/月を超え、全社の損益も黒字化しました。

元々チラシや営業に依存していましたが、たった6万円の広告費でこれだけの成果が出たことに驚きましたね。

今後伸びるであろう「法人弁当」と「個人の会食」のマーケットを狙いました

また、システム活用によって受注・顧客管理も強化。商品や顧客別の購買データを基に商品開発や顧

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

「半年で直販売上2,200万円/月増」 地方でも当たる自社サイト活用術

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

まず減少し続けている葬儀社案件以外に売上の柱を作るため、直販強化の取り組みを開始。

アでも新規顧客の6〜7割は新たにリニューアルした自社サイト経由でした。

実際に着手してから半年で直販売上は2,200万円/月を超え、全社の損益も黒字化しました。

元々チラシや営業に依存していましたが、たった6万円の広告費でこれだけの成果が出たことに驚きましたね。

今後伸びるであろう「法人弁当」と「個人の会食」のマーケットを狙いました

また、システム活用によって受注・顧客管理も強化。商品や顧客別の購買データを基に商品開発や顧

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。

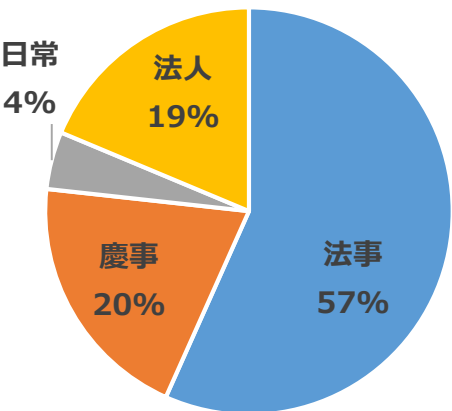
客フォローをより計画的に実施することで、リピート売上も着実に増えました。



カートで事前決済も可能な注文用サイト
法人案件はほぼWeb経由で受注



4日間で1,100万円の売上を人員7名体制で実現するモデル企業



直販の用途別売上構成比
伸長率は法人・慶事が高い

**「人件費8%・労働時間5%削減！」
事前調理の導入による生産性向上策**

直販売上が想定以上に伸びたことで収益性は改善。厨房の生産性も向上させることができた一方で、徐々に葬儀案件との両立にも限界が出始めました。

葬儀案件が毎年10%減少しているとはいえ、まだまだ直販一本に絞り込むにはリスクが多い状態。したがって厨房効率化による生産性向上を進めることで

また、業務導線別のオペレーション改善にも着手、導線別のムリ・ムダを削減。これらの対策で労働時間**は5%、人件費率も8%**の削減につながりました。

また、業務導線別のオペレーション改善にも着手、導線別のムリ・ムダを削減。これらの対策で労働時間**は5%、人件費率も8%**の削減につながりました。

また、業務導線別のオペレーション改善にも着手、導線別のムリ・ムダを削減。これらの対策で労働時間**は5%、人件費率も8%**の削減につながりました。

また、業務導線別のオペレーション改善にも着手、導線別のムリ・ムダを削減。これらの対策で労働時間**は5%、人件費率も8%**の削減につながりました。

また、業務導線別のオペレーション改善にも着手、導線別のムリ・ムダを削減。これらの対策で労働時間**は5%、人件費率も8%**の削減につながりました。



カップごと事前調理し冷凍・チルドで保存、繁忙期当日は盛付のみ

事前の課題把握に活用したチェック・評価シート。

| 区分 | NO | 項目 | 評価 |
|------|----|---|----|
| 業務効率 | 1 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 2 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 3 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 4 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 5 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 6 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 7 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 8 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 9 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 10 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 11 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |
| | 12 | 作業員・作業員・作業員の配置に当たっては、作業員が作業しやすいようにしているか | ○ |

| 項目 | 2017年度 | 2016年度 |
|-------|------------|------------|
| 売上高 | 20,838,000 | 20,838,000 |
| 人件費 | 1,600,000 | 1,600,000 |
| 原価 | 1,600,000 | 1,600,000 |
| 粗利益 | 17,638,000 | 17,638,000 |
| 経費 | 1,600,000 | 1,600,000 |
| 営業利益 | 16,038,000 | 16,038,000 |
| 経常利益 | 16,038,000 | 16,038,000 |
| 税引前利益 | 16,038,000 | 16,038,000 |
| 税金 | 1,600,000 | 1,600,000 |
| 当期純利益 | 14,438,000 | 14,438,000 |

現在はエクセルで原価・在庫管理を進めているが、今後受注管理と一元化できるようシステム導入を進めている

の2つの販路を両立する道を模索しました。

厨房では繁忙期と閑散期の業務量の差が最も大きな課題です。

この業務量の差を平準化するために事前調理の仕組みを導入し、閑散期に仕込み業務を行い、繁忙期当日は盛付業務だけに集中するというフローに変更することで生産性も向上。

「仕入れ値高騰でも原価率1.7%減」在庫管理の適正化と原価管理の見直し

調理フローの変更に伴い、原価や食材・在庫管理についても見直しました。

原価を定量把握することで商品の質を下げることで原価を圧縮。

また事前調理を導入したことで、ストックスペースの確保や仕入れの見直しも必要になったため、在庫管理の適正化も進めました。

結果、**原価も1.7%**の削減、**F・Lコスト全体で9.7%**ダウンしました。

例年お盆はピークの3日間

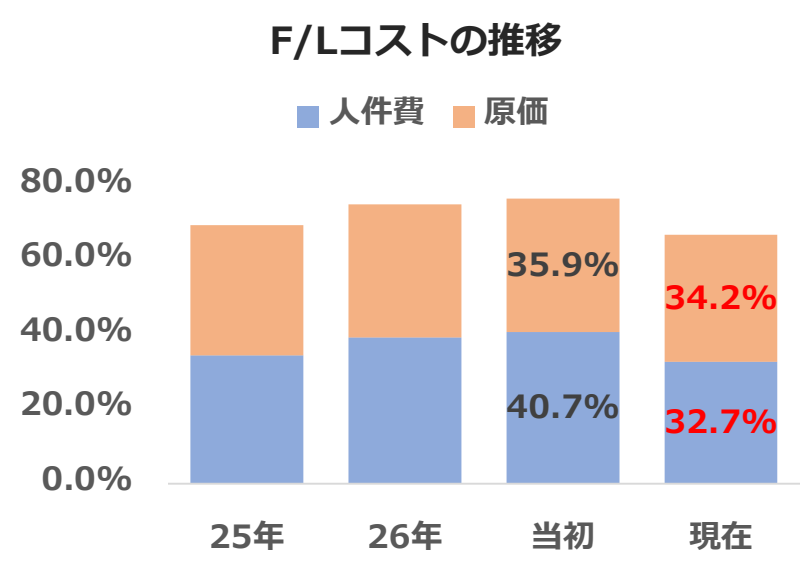
早朝から深夜まで作業をすることで、よ

うやく1,600万円ほどの売上だったものが、この

年のお盆には、人員数をかなり絞って臨み、かつ社員の労働時間も圧縮したにも関わらず、**3日間で2,000万円**の売上を作ることができました。

2016年 深夜作業 生産能力は限界

2017年 パート社員減 労働時間減



「1拠点売上は3.6億円へ」
 今後は働き方改革と多ブランド展開

この2年で大幅に収益改善できたことで、これまででは資金面の問題で取り組めなかったようなことになり、チャレンジできるようになりました。

そのなかでも今後特に取り組みたいことは、**従業員**の**労務環境改善**です。

おかげさまで既存事業に
 関しても売上は右肩上がり
 で成長しており、商圏内

も数値上はトップシェアまで伸びてきています。ただ、今後の人口減少やマーケットの変化にも対応できるよう、新たな事業にもどんどん取り組んでいかなくてはなりません。

例えば、**法人向けのケータリング**や**寿司宅配**など**デリバリーブランド**を現拠点**で多ブランド展開**することで、**地域顧客のあらゆる食**

事・おもてなしニーズに
 応えたいと思っています。

また、佐賀市での**テイクアウト店舗の開発**など新たなライフスタイルへの対応も計画中です。

こういった部分にチャレンジすることでまだまだ業績を伸ばしながら、**従業員へも還元**できる**会社作り**を進めていきたいと考えています。

ようやく**全社員への賞与支給**や**年間休日増**が実現できるとなりました。

次は**完全週休2日制**の導入に向けて、これまで当たり前とされていた仕出し業界のスタンダードにとられることなく、新たな働き方を創るために、厨房の機械化やシステム導入による生産性向上への投資もどんどん促進していきたいですね。



| | 当初 | 成果 |
|---------------|-----------|------------|
| 製造1名 当たり売上 | 1,750万円/人 | +900万円/人 |
| 人時売上 | 3,500円/h | +1,000円/h |
| F/コスト | 76.6% | △9.7% |
| 営業利益 | △216万円 | +2,710万円/人 |



展開商品



超人手不足時代を勝ち残る、 宅配専門店×人手不足対応モデルとは？

今すぐ宅配専門店の
労務環境を改善する **たった4つのポイント**徹底解説

(株)船井総合研究所 フード支援部
グループマネージャー
シニア経営コンサルタント

小林 耕平

宅配・ケータリング業や惣菜業・テイクアウトなどの中食領域のコンサルティングに従事。現在、社内でもトップクラスの支援企業数、支援先業績アップ実績を持ち、外食・中食業界のコンサルティング領域では史上最速でグループマネージャー及びシニア経営コンサルタントに昇格。赤字企業のV字回復に向けた即時業績アップから、年商数十億、数百億円企業の次代の戦略作りまで、幅広い領域において数多くの成果を上げている。

皆様こんにちは、株式会社船井総合研究所の小林です。
有限会社雅叙苑様の取り組みはいかがでしたでしょうか？

ここまでお読みいただいた皆様の中には、

「宅配事業なんて、忙しいだけで儲からないよ...」

「繁忙期は人手不足、閑散期は人件費で赤字だよ...」

「労務環境の悪化が怖くて受注を増やすことができない...」

「生産性向上に取り組みたいけど何から手をつければいいのか...」

といった悩みを持たれている経営者様が多いのではないのでしょうか？

今後宅配・仕出し業界はますます厳しい時代に入ります。競合増加やライフスタイルの変化による売上は減少、地域一番店と零細企業の2極化が進む一方、人手不足による採用難で販売力は低下し、人材獲得や定着コストの増大による低収益化が顕著化します。

そんな時代でも、今回ご紹介した雅叙苑様のように、従業員の労務環境改善のために「**宅配専門店（厨房）×人手不足対応モデル**」に取り組むことで、劇的に生産性を向上させる企業様が、ご支援先でも増えています。

こういった企業様はどんなステップで取り組みを進められたのでしょうか？まずはそのポイントをお伝えいたします。

販路の選択と集中（生産性の高い直販強化）

Step
1

課題：低生産性・縮小マーケット依存からの脱却



売上確保のために生産性の低い販路に依存してしまうことで、**構造的に低収益に苦しんでいるという企業様**は非常に多いかと思います。自社の強みを活かせば今後成長する可能性があるマーケットで、かつ生産性の高い販路を選択し、資源を集中させることが重要になります。

Step
2

既存厨房の生産能力拡大（厨房業務の平準化）

課題：繁忙期の労務環境悪化・生産能力ダウン



閑散期と繁忙期の売上差が大きい、**厨房の高齢化が進んでいる、新たな仕組みを導入しようにも現場の支持を得られない**という課題は業界共通の課題です。事前調理や厨房の機械化など、繁忙期の業務量を圧縮するための仕組みを導入するにあたり、適切な手順で運用体制も整備することが重要になります。

Step
3

生産性向上による労働時間の圧縮（厨房・事務効率化）

課題：人手不足による既存スタッフへの負担増



人手不足による採用難は労働人口減少から来るメガトレンドであり、**解消の見込みはありません**。そんななか、**成長に人手の確保が前提となるビジネスモデル自体がリスク**といえます。新たな調理法や厨房機器、バックヤードシステムなどを活用し、根本的な人手不足対応型モデルに転換する必要があります。

Step
4

1 拠点売上最大化（多ブランド展開）

課題：拠点コストの増大による低収益化



高騰する固定費の吸収に向けた**拠点収益の最大化**や、人口減少に備えた**同一顧客の利用動機の取り込み**が今後ますます重要になります。法人向けケータリングや寿司宅配などを付加することで、既存顧客のあらゆるデリバリー需要を自社に取り込み、売上を最大化させるための**1拠点多ブランド展開**が売上拡大のポイントになります。

次に、上記のようなステップで生産性向上に取り組み、業績を飛躍的に伸ばされた企業様の事例をご紹介します。

特集 「宅配・ケータリング」 成功事例集

年商2.4億円、営業利益額4,300万円付加

周辺人口の減少に伴い、店舗事業以外での収益の柱構築のために、年商10億円クラスの競合がひしめくエリアで宅配専門店を出店。価格帯・利用用途別に商品一番化を実施し、参入初年度から年商1.8億円達成。2年目には、年商2.4億円、営業利益額4,000万円の高収益事業へ。

外食×
宅配専門店
人口30万人

人員7名で4日間1,100万円

人口1万人の地域で宅配専門店を出店。労務環境の悪化に備え、厨房設備などを増強。製造の機械化で省人化を実現し、お盆4日間で1,100万円を社員2名パート5名の人員で売り上げるなど、厨房の生産性アップに成功。参入4年で年商1.8億円達成。

外食×
宅配専門店
人口2万人

女性パートのみで参入初月に日商450万円

店舗売上が30%減少していた惣菜店が人口10万人エリアで宅配参入。従業員全員が女性パートという体勢のなか参入初月に最高日商450万円を達成。店舗売上は前年対比170%以上で伸ばしているにも関わらず、新規採用0人で運営する仕組みを構築。メディア注目の繁盛店に。

惣菜×
宅配専門店
人口50万人

人手を増やさず（6名）売上倍増（1億円）

赤字の葬儀仕出し店が、生産性アップに向けた業務改革に取り組み、売上5,000万円増、営業利益率は16%の改善に成功。高生産性販路の開拓に加え、事前調理の仕組み化など厨房効率化に取り組み、人員6名のまま売上倍増を実現。

仕出し専門店
人口50万人

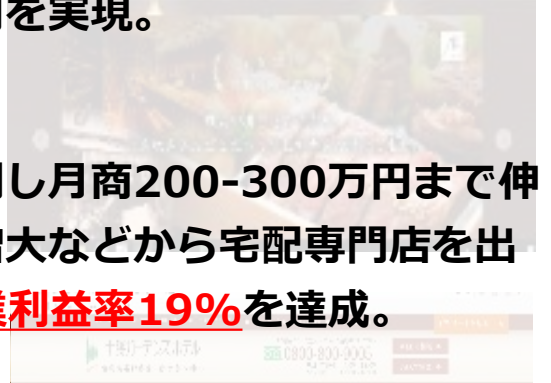
ホテル@東北 人口4万人

宅配事業参入初年度で年商4,500万円付加。人手不足対応型モデルに取り組んだことで、料飲売上全体で30%以上伸長も、労働時間は10%削減に成功。



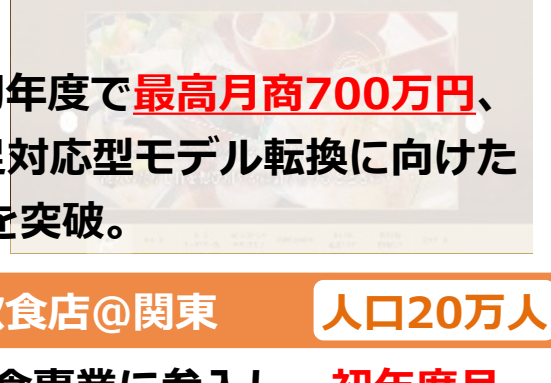
飲食店@九州 都市部

中食事業参入初年度で年商1億円を達成。宅配専門店における厨房機器と、受発注・顧客管理システムの見直しによる業務効率化に取り組み、既存人員のみでの事業運用を実現。



飲食店@東北 人口30万人

製菓会社向け弁当を既存店舗にて展開し月商200-300万円まで伸長。その後、既存スタッフへの負担増大などから宅配専門店を出店し、初年度で年商7,600万円、営業利益率19%を達成。



ホテル@東北 人口20万人

厨房人員3名で宅配事業に参入し、初年度で最高月商700万円、閑散期月商300万円を達成。人手不足対応型モデル転換に向けた厨房効率化で人時売上は9,000円/hを突破。

仕出し店@東北 人口10万人

生産性の低い葬儀仕出しから完全撤退し、直販売上前年対比400%。

飲食店@関東 人口20万人

中食事業に参入し、初年度月商1,000万円を新規採用0名で達成。

宅配専門店@九州 人口30万人

厨房効率化、本部業務の見直しに取り組み、3か月で黒字化、営業利益は10%改善。

惣菜店@九州 人口10万人

宅配専門店を出店し、1年で全社売上2倍、経常利益3倍を実現。

飲食店@関西 人口3万人

売上下落が続いていた仕出し部門が1年で売上220%伸

ホテル@関西 人口10万人

宅配事業参入初年度で年商5,000万円を達成。

参加数累計
650社

ここまでお読み頂いた熱心な経営者様へ

特別セミナーのご案内です

ここまでお読みいただいた経営者層の方は、おそらく「宅配・仕出し専門店」×「人手不足対応型モデル」に興味をお持ちになり、今後の経営に活かしたいと考えられている皆様かと思えます。

ただ業績を伸ばしたいということだけでなく、「**企業を永続的に成長させたい**」「**従業員の労務環境を改善し働きやすい会社を作りたい**」「**よりいい企業を目指してどんどんチャレンジしたい**」といった、非常に強い想いを持たれていることでしょう。

そんな皆様のために、今回本レポートでもご紹介した有限会社雅叙苑 代表取締役 伊東氏をゲスト講師にお招きしたセミナーを開催させていただきます。

当日は、宅配・仕出し専門店の生産性向上をテーマに、新たな収益の柱を作るためのマーケティングノウハウ、人手・労働時間を増やすことなく売上向上につなげるための厨房・事務業務の改善策について、実際に取り組まれた内容を詳細まで全て公開させていただきます。

今回のセミナーでは、理論・理屈を一切抜きにして、実際に使用したツールや販促物はもちろん、CK内部の仕組みやシステムなど、普段は知ることができない具体的事例に基づいた内容を全て公開させていただきます。

セミナーの内容を次のページでほんの一部お伝えします。

- 何故、生産性向上に取り組み成果を上げることができたのか？
- 宅配・仕出し専門店の生産性向上に向けた適切なステップとは？
- 今後のデリバリー業界の時流と地方企業が取るべき戦略とは？
- 葬儀社、ポータルサイトに頼らず地域一番シェアを獲得する方法とは？
- 「法人」「一般会食」で月商2,600万円を達成する手法とは？
- ターゲット・予算帯別売れる商品の開発方法とは？
- たった6万円のコストで500万円/月を稼ぎ出すWeb活用術とは？
- 時期別需要を抑えて新規集客を最大化する年間販促計画とは？
- 60%以上の顧客が1年以内にリピートする顧客管理術とは？
- 1拠点売上3億円以上を目指す多ブランド展開手法とは？
- 受注～顧客管理まで、全業務を一括管理するシステム活用術！
- 少数運営・高生産性の宅配・仕出し専門店構築法とは？
- 繁忙期・閑散期業務を平準化する事前調理の仕組み化手法とは？
- 人時売上4,500円/hを実現する厨房・事務の効率化策とは？
- F/Lコスト9.7%削減に成功したコストコントロール術とは？
- 脱・職人依存で厨房の労務環境を劇的に改善する具体的手法とは？
- 厨房のムリ・ムダ・ムラを徹底的に排除する業務改善手法とは？
- 商品の質を下げずに原価削減！ 食材・在庫管理の適正化手法とは？
- 厨房の労働生産性を劇的に改善する厨房機械化手法とは？

・・・他多数

ご参加者様の声（一部抜粋）

多くの経営者様にご満足いただいている実践型セミナーです

宅配ビジネスは やるものではないという考えがあったが、
すばらしい販路があることに気づきました。

宅配ビジネスはやるものではないという考えがあったがすばらしい販路があることに気づきました。

売りの改善にはないけれど、アフターフォローの大切さを痛感しました。

売りっぱなしではいけない。アフターフォローの大切さを痛感しました。

高級宅配弁当のノウハウを学べ、今後どう活かしていくか
考えを新たにしたいと思いました。
またアフターフォロー計画は参考になりましたので、
自社でもアクションしていきます。

高級弁当宅配のノウハウを学べ、今後どう活かしていくか
考えを新たにしたいと思いました。
また、アフターフォロー計画は参考になりましたので
自社でもアクションしていきます。

弁当業界に特化したセミナー受講は初めてだったので、
教材も分かりやすく参考になりました。

弁当業界に特化したセミナー受講は初めてだったので、
よりリアルに気づきがたくさんありました。
教材も分かりやすく参考になりました。

人手不足や勉強不足でなかなかWebの販促まで
できなかったが、ますますWebが無視できなくなると
痛感して、とても為になった。

人手不足や勉強不足でなかなかWebの販促まで
できなかったが、ますますWebが無視できなくなると
痛感して、とても為になった。

具体的事例がわかりやすくて参考になりました。

具体的な事例を知ることができるので素晴らしい
と思います。

クックチル活用法を特に参考にしました。また低利益サイクル
に入らないよう参考にしたいと思いました

クックチル活用法が特に参考になりました。また低利益サイクル
に入らないよう参考にしたいと思いました

数値的な説明の部分や具体的な事例は全て参考になりました。

数値的な説明の部分や具体的な事例は全て参考になりました。

これから何をしようか、すべきか、ヒントをいただきました。

これから何をしようか、すべきか、ヒントをいただきました。

たくさんの気づきと今までのまとめができ、今後のビジョンを描くことができます。

たくさんの気づきと今までのまとめができ、今後のビジョンを描くことができます。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

悪い例も話して頂いたので安心して聞く事ができました

悪い例も話して頂いたので安心して聞く事ができました

当たり前ですが仕組が多様であり、取り入れられる事が多々
ありました。また他社競合との差別化を図るポイントもたくさん
ある事がわかりました。

当たり前ですが仕組が多様であり、取り入れられる事が多々
ありました。また他社競合との差別化を図るポイントもたくさん
ある事がわかりました。

なんとなく直感していたことが間違いなことが分かり安心
しました。

なんとなく直感していたことが間違いなことが分かり安心
しました。

今まで製薬会社などで利用されていたレストラン（高級な）
などが、次々と中食にきり変えており自社でも今までのやり方
では売上げがじり貧になっていくと感じた。

今まで製薬会社などで利用されていたレストラン（高級な）
などが、次々と中食にきり変えており自社でも今までのやり方
では売上げがじり貧になっていくと感じた。

いかがでしょうか？

本セミナー開催にあたり、多くの企業様にヒアリングした結果、「今まさにこれが知りたい!」という声が多く上がった内容だけを抜粋し、ここには書ききれないほどふんだんに詰め込んでおります。

有限会社雅叙苑の伊東氏は、人手不足による採用難や労務環境の悪化、競争激化やライフスタイルの変化による売上減少という宅配・仕出し業界の経営者様が一度は悩んだことのある課題に対して、これまでの宅配・仕出し業界の常識にとらわれることなく経営改革を実行し、目覚ましい成果を残すことに成功されました。

今回のセミナーは、これまでの経営のなかで伊東氏が実践された生々しい成功事例や失敗談など、直接お聴きいただける機会です。

前回のセミナーでは多数のお申し込みをいただき、大変申し訳ないことにキャンセル待ちの状態となってしまいました。ご参加を検討されている方は、是非お早めにお申し込みください。

最後に、今回伊東氏にセミナー登壇をご快諾いただいた背景には、同様の悩みをお持ちである全国の飲食店・惣菜店など店舗事業を営む経営者の皆様にとって、何か一つでも今後の経営のヒントにしていきたいという思いがありました。是非、本セミナーには経営者様自ら足を運んでいただき、今後の経営のヒントを得ていただければと思います。

当日は、現状の変革や新たなチャレンジに本気で取り組みたいとお考えの経営者様とお会いできることを楽しみにしております。

(株)船井総合研究所 フードビジネス支援部

フードデリバリーグループ グループマネージャー

シニア経営コンサルタント

小林 耕平

たった
2年で

年商**3.5億円**の**デリバリー専門店**が
営業利益額**2,710万円**伸ばすことができた理由

仕出し・宅配専門店生産性アップセミナー

講座内容&
スケジュール

大阪会場

2019年**6月6日(木)**
株式会社船井総合研究所 大阪本社
13:00~16:30 (受付開始 12:30~)

東京会場

2019年**6月25日(火)**
株式会社船井総合研究所 東京本社
13:00~16:30 (受付開始 12:30~)

講座

セミナー内容

第**1**講座

13:00~13:30

仕出し・宅配専門店が今取り組むべき生産性向上手法とは？



株式会社 船井総合研究所
グループマネージャー シニア経営コンサルタント

小林 耕平

宅配・ケータリング業や惣菜業・テイクアウトなどの中食領域のコンサルティングに従事。現在、社内でもトップクラスの支援企業数、支援先業績アップ実績を持ち、外食・中食業界のコンサルティング領域では史上最速でグループマネージャー及びシニア経営コンサルタントに昇格。既成概念にとらわれず最新技術やノウハウを活用した独自の業態作りなど、ユニークなコンサルティングには定評がある。赤字企業のV字回復に向けた即時業績アップから、年商数十億、数百億円企業の次代の戦略作りまで、幅広い領域において数多くの成果を上げている。

第**2**講座

13:30~14:30

何故、当社がたった2年で営業利益額2,710万円伸ばすことができたのか？



有限会社 雅叙苑
代表取締役

伊東 孝志氏

2代目として会社を継いだ後、独自の経営手法で業績を右肩上がり成長させる。時代の変化によって最大1,000万円以上の赤字を出すなど一時経営不振に陥るも、生産性向上に向けた取り組みを推進した1年で1,944万円の増益を達成するなど、その経営手腕は業界でも注目を集めている。

第**3**講座

14:40~15:10

明日から即実践可能なマーケティング手法



株式会社 船井総合研究所

柳生 紘輝

入社以来、一貫して宅配・ケータリング業界を中心としたフードビジネスのコンサルティングを経験。現場主義をモットーとし、SEO対策やPPC広告の代行業からHP構成企画まで戦闘レベルでの豊富な経験を活かしたWEBマーケティングでの即時業績UPに定評がある。

第**4**講座

15:10~15:50

仕出し・宅配専門店の生産性アップの具体的手法とは？



株式会社 船井総合研究所
橋田 佳奈

慶應義塾大学を卒業後、新卒で船井総研に入社。入社後は中堅大手企業向けの新規事業の構築や業務プロセス改善などのプロジェクトを経験したのち、中食・給食業界のコンサルティングに従事。自身でも飲食店を運営していた経験を活かし、現場での課題抽出から適切な対応策を瞬時に発見し、現場で即実践可能な提案へと落とし込むことを得意としている。フード領域のマーケティングはもちろん、労働環境改善や働き方改革、生産性アップへとつながる、食関連領域における業務改善ノウハウは社内でもトップクラス。



株式会社 船井総合研究所
小林 拓人

大学卒業後、船井総研に入社。一貫して中食に携わる。販促戦略・新規顧客獲得戦略といったものからマーケティング分析のための基盤づくりまで戦略から実行まで幅広くサポート。正社員の業務負担減を目指し、何度も現場に足を運び課題の把握や正社員からP/Aへの権限移譲といった施策を実施している。近年では人材不足対応のための障害者雇用や外国人技能実習生受け入れにもサポートしており、経営者に寄り添ったコンサルティングは社内でもトップクラス。

第**5**講座

16:00~16:30

明日からの経営に活かして頂くために

株式会社 船井総合研究所 グループマネージャー シニア経営コンサルタント

小林 耕平

日程がどうしても
合わない企業様へ

出張セミナー&
個別経営相談承ります。

まずは、お問い合わせ下さい。

TEL.0120-958-270

平日/9:45~17:30
担当/小林 耕平

お申し込み方法

FAXでのお申し込み

本DMに同梱しておりますお申込用紙にご記載のうえFAXにてお送りくださいませ。

担当: 天野



0120-964-111

(24時間対応)

WEBからのお申し込み

右記のQRコードを読み取り頂きWEBページのお申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。



OPEN!

セミナー情報を
WEBページからも
ご覧いただけます!



<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/043734>

日時・会場

大阪会場
2019年6月6日(木)
 (株)船井総合研究所 大阪本社
 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10
 船井総研 大阪本社ビル

地下鉄御堂筋線
 「淀屋橋駅」
 ◎ 番出口より
 徒歩2分

東京会場
2019年6月25日(火)
 (株)船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6
 日本生命丸の内ビル21階

JR[東京駅]
 丸の内北口
 より
 徒歩1分

開催時間
13:00
16:30
 受付12:30~

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしませんので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 **25,000円** (税込**27,000円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 **20,000円** (税込**21,600円**) / 一名様

※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いいたします。

- 受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
- 万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡くださいますようお願いいたします。それ以後のお取消の場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
- 会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。

FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785506 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
 お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
株式会社 船井総合研究所
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ:天野 ●内容に関するお問合せ:小林(耕)

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 お問合せNo. S043734 担当 天野 宛

仕出し・宅配専門店生産性アップセミナー **FAX:0120-964-111**

ご希望の会場に をお付けください。 【大阪会場】 2019年6月6日(木) 【東京会場】 2019年6月25日(火)

| | | | | |
|------|------|--------|---------|----|
| フリガナ | 業種 | フリガナ | 役職 | 年齢 |
| 会社名 | | 代表者名 | | |
| 会社住所 | フリガナ | フリガナ | 役職 | |
| TEL | () | E-mail | @ | |
| FAX | () | HP | http:// | |

| ご参加者氏名 | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ | フリガナ |
| 1 | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | |

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。そんな勉強熱心なあなたは現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか? 下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、無料個別経営相談を行います。(どちらかに をお付けください。)

セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。
 セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があれば をお付けください。
 FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】

1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。

2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。

3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして預託することがございます。

4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研グループリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総合研究所ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、 を入れて当社宛にご連絡ください。 **ダイレクトメールの発送を希望しません**



お申込みはこちらから