

軽減税率対応×不振店舗改革

人手不足でも業績を伸ばしたい
飲食・惣菜業経営者様へ

中食業界

詳細は中面
経営レポート

何故、閉店寸前の赤字不振店が、

デリバリー専門店に

業態転換し、たった**1.5年**・**人員5名**で

1億円・**営業利益額** **2,500**万円の

高収益店舗に変貌を遂げたのか？

特別レポート

既存店付加での参入から高級弁当宅配&ケータリング専門店へ

「省人化」「高利益率」「脱・職人依存」

今後の時流に適應するデリバリー専門店の可能性

- ▶ 職人ゼロ! たった5名で年商1億円・営業利益額2,500万円
- ▶ 販促費10万円/月! 自社HPのみの新規集客で月商800万円
- ▶ 売上倍増・人員1/4! 「事前調理の仕組み化」による厨房効率化
- ▶ 管理者不要! デリバリーシステム導入で誰でもできる店舗管理

成功への具体的な取り組みは中面2ページ目から



主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

デリバリー専門店への転換たった1年で年商1億円

大阪 2019年 5月9日(木) 東京 2019年 7月2日(火)

TEL 0120-964-000 平日 9:30~17:30

FAX 0120-964-111

24時間
対応

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 お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

お問い合わせNo.S045085

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。)

045085

飲食・製造小売業では変化への対応力が求められる

今後店舗ビジネスを取り巻く環境とは？

1) 消費人口の減少

高齢化で胃袋の数が減少することによって、フード関連の市場規模全体が縮小する。

2) 労働人口の減少

働き手の人口が減少することによって、今後ますます人手不足による採用難が深刻化し人材獲得競争も激しくなる。

3) 顧客獲得競争の激化

CVSや大手ナショナルチェーンとの同質化が進み、商品・サービスによる差別化がますます困難になる。

4) ライフサイクルの短期化

ライフスタイルの多様化や消費構造の変化によって、業態や商品のライフサイクルが短期化し、同一業態での収益化が困難になる。

特に2019年は消費増税を控え、過去の経済動向を振り返ってもほぼ間違いなく消費マインドは減退します。

また、働き方改革関連法の施工や食品衛生法のHACCP対応を中心とした改正など、これまでのフードサービスの考え方を前提にした経営を進めること自体がリスクとなるような変化が起きています。

これまでの経営を今一度見直し、こういった変化に柔軟かつ迅速に対応することによって、逆に他社から一歩抜きん出るチャンスへと転換したい。本レポートがそんな経営者様の意思決定のヒントになれば幸いです。

Special Interview

赤字の不振店が

デリバリー専門店

に業態
転換し、

株式会社惣楽
代表取締役 **田村 豊** 氏

年商 **1** 億円・営業利益 **2,500** 万円の

たった人員 **5** 名・**1.5** 年 高収益店舗に変貌を遂げたのか？

株式会社惣楽の成長ヒストリー

参入のきっかけ	惣菜路面店・百貨店惣菜店を運営するも、競争激化や人手不足の影響で売上は減少し、赤字が続いている状態。
Step1 事業参入	路面店舗で高級弁当宅配事業に参入。 初年度で営業利益額1,500万円 を付加し、店舗の黒字化に成功。
Step2 専門店化	併設型で売上が伸長するにつれ、既存スタッフの労務負担増大や製造能力の限界が課題に。惣菜店を 宅配専門店 へ転換。
Step3 1拠点最大化	企業向けのケータリングやサンドウィッチ宅配など多角化を進め、1拠点で 年商1億円、営業利益額2,500万円 まで成長。

Web売上

80%

F/L

65.7%

販促費

10万円/月

人員

5名

営業利益率

25%

新規採用

0名

「忙しいばかりで儲からない...」

低収益スパイラルで年間赤字は最大2,000万円
先が見えない経営に**高級弁当宅配**という一筋の光

当社は1981年に食品スーパーで創業しましたが、創業から10年も経つと大型店の乱立や中心街への需要集中などで売上は最盛期の50%程度まで減少。

2011年にスーパー時代の強みを活かして惣菜業へと転換し、再起を懸けて路面店や百貨店店舗を展開するも、オープン2年後以降業績は悪化の一途を辿っていました。



売上を確保するために病院や学校への低額弁当の外販にも取り組みましたが、忙しいばかりで利益は出ない。売上の増加に伴い人手を増やす、そんなことを繰り返していても生産性は向上しませんでした。

そのうち人手不足でこれまでのように採用もできなくなり、既存スタッフの労務環境は悪化、**完全に負のスパイラルに陥っていました。**

そんなときに、**高級弁当宅配**の存在を知りましたが、既に地域には数億、数十億円規模で高級弁当を販売している競合企業がいくつか存在しており、当初自社で取り組むにはハードルが高いのではないかと思っていました。また、現状の店舗でこの事業に取り組むことで、既存スタッフへの労務負担が増大するかもしれない、そんな懸念もありました。

ところが、高級弁当宅配のビジネスモデルを聴くにつれて、これならうまくいくかもしれないと思うようになりました。

田村社長が感じた高級弁当宅配の5つのメリット

予約注文型ビジネスで計画を立てやすいこと

平日売上が安定的に入り売上が安定しやすいこと

ニッチな市場で大規模工場や大手参入リスクが低いこと

職人がいなくても取り組めるビジネスモデルであること

店舗と違い「攻め」のビジネスでポテンシャルがあること

高粗利・高生産性で収益性が高くなること

今後、人口減少に加えてコンビニエンスストアなどとの競争激化により、店舗ビジネスはますます厳しくなることが目に見えていました。であれば、自社の特徴を成長しているマーケットで活かしてみようと、高級弁当宅配事業への参入を決意しました。

参入初年度で**1,500万円の営業利益増！**

参入2ヵ月目から月100万円以上の利益が出る事業に
ポイントは自社サイト強化と顧客管理

80万円ほどの投資で立ち上がった高級弁当宅配事業は、**2ヵ月目から自社サイト経由の注文だけで月商300万円**まで伸ばしました。事業単体の**F/Lコストが約60%**ほど、既存店の厨房を活用した参入だったため、その他のコストは**販促費の5万円/月**(当時)ほど。月で100万円以上の利益を残すことができました。



利用幅が広く、価格としても使いやすい
「九重幕の内弁当 (1,200円)」
(左)が売上No.1
「彩花御膳 三元豚のみそ焼き
(1,800円税抜)」(右)

宅配専用の自社サイト。現在では**10万円/月の広告費**だけで**月100件以上の新規注文**を獲得している

2016年7月～2017年6月		2016年8月～2017年7月		2016年9月～2017年8月		ご利用日	顧客名	住所1	用途	JISコード	JIS名称	配達金額	配達件数	単価	アポイント	利用回数	結果	備考	
製業	企業 学校 役所	製業	企業 学校 役所	製業	企業 学校 役所														
売上						7月1日													
注文件数						7月2日													
顧客数						7月3日													
利用回数						7月4日													
利用回数/年						7月11日													
注文単価						7月12日													
一顧客売上						7月13日													
						7月13日													
						7月24日													
						7月24日													
						7月25日													
						7月29日													
						7/1～12													
						8/2,3													
						8月5日													
						8月5日													
						8月5日													
						8月10日													
						8月10日													
						8月17日													
						8月22日													
						8月22日													

顧客属性別に利用状況を管理し適切なタイミングで再利用促進のアプローチを実施

月にもよりますが、売上に占める新規とリピートの割合は、**新規40%：リピート60%**くらいです。さらに新規のうち**80%が自社サイト経由**ですので、当社にとって自社サイト強化とリピート対策は非常に重要なポイントです。現在月商800万円に対してはランニングでかかっている販促費は**Web広告の10万円/月**(販促費率1.2%)程度ですが、上記のような対策のおかげかなと思っています。また、法人顧客が多いことも特徴で、土日に集中するご家庭からの注文も多いですが、**月～木曜日の売上比率が全体の52%**と、比較的平日需要を獲得できているため、安定して受注対応することができています。

既存店付加から宅配専門店への転換を決断！
既存スタッフの労務負担増大と生産能力の限界
専門店へと転換し生産性を劇的に向上させた方法とは？

参入初年度で1,500万円の営業利益を付加し、店舗の黒字化にも成功しました。一方で、元々取り組んでいた低額弁当や惣菜の店舗販売を少しずつ圧縮しながら、騙し騙し高級弁当宅配の売上を伸ばしていましたが、徐々に**製造能力の限界**や**既存スタッフへの労務負担増大**が顕著になり、衛生面も含めてこのまま続けていると、いずれ大きな事故が起こりかねないと感じていました。経営面でも収益の出ない惣菜店や低額弁当の販売事業を継続させるよりも、今後売上の伸長が期待でき、生産性も高い**高級弁当宅配に経営資源を集中させたほうがいい**のではないかと考えるようになりました。

ちょうど高級弁当宅配事業に参入して1年間が経過した2016年6月、**惣菜業からの完全撤退と宅配専門店化**を決断。その年の10月には店舗も完成、商号も現在の「株式会社惣楽」に変更し、新たなスタートを切りました。



投資額2,000万円ほどで構築した、厨房スペース20坪ほどの宅配専門店。

専門店への転換と同時に、**生産性向上**にも取り組みました。

平日稼働の多い当社でも、ご家庭から法事などで大量の注文が入ってきたり、100名を超えるような大人数のパーティでケータリングのご依頼をいただくことが多いため、**どうしても繁忙期と閑散期で労働時間の差**ができてしまいます。

この差を少しで均し繁忙期に集中する作業を閑散期に平準化するために、**クックチルや真空調理など事前調理**の導入に着手。



こういった仕組みを導入することで、**繁忙期当日はほぼ盛付業務だけに従事**することができるようになり、**製造全体の生産性も必然的に向上**しました。

また、事前調理を進めるにあたり、限られたスペースである程度の在庫を抱える必要がありましたので、食材の仕入れや在庫管理の方法も見直しも同時に取り組む必要がありました。

その際、食材の統一や仕入れ規格・頻度の見直しも進めたことが実際原価の低減にもつながり、商品数増加とともに高騰していた**原価率が5ポイント程度下がる**という副産物ももたらすことができました。

また、受注対応や顧客管理についてもアナログ対応だったため、人的作業や繰り返し業務などが非常に多くなっていました。これら事務作業のムダについては、受注・顧客管理などいくつかのシステムを導入し、**受注後ワンストップでその他の業務を管理**できるようにしたことで、少しずつ圧縮することができました。

こういった製造・事務面の効率化が生産性向上につながり、惣菜店を運営していた頃は20名ほどの人員がいたのに対して、現在では**同規模の売上にも関わらず、約1/4の人員数**で運営しているにも関わらず、**労務環境は当時より良くなっています**。

ニッチな領域で一番化を目指す！

高級弁当を中心に1拠点売上は1億円へ
ニッチ市場の専門店で見据える今後の展開とは？

専門店に転換してからは、かなりの製造余力ができましたので、1拠点売上最大化に向けて、法人向けのサンドウィッチ宅配やパーティケータリングもスタートし、弁当宅配で獲得した法人顧客のデリバリーニーズ深耕にも取り組みました。現在宅配専門店として年商1億円ほどですが、今後は現在取り組んでいる事業を専門ブランド化し、多ブランド展開も進めていきたいです。

また、現在リーチできていない顧客への認知度アップに向けてアンテナ店のような機能を持たせたテイクアウト専門店の開発も計画しています。

次の目標1拠点売上3億円。自社が得意な領域に絞って、どんどんニッチな市場を開拓していきたいですね。



採用難時代を生き残る！ 宅配専門店×人手不足対応型モデルとは？

これだけ読めば、
成功法則が分かる！ たった **4** つのポイント徹底解剖

(株)船井総合研究所 フード支援部
フードデリバリーグループ グループマネージャー **小林 耕平**
シニア経営コンサルタント

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。
株式会社惣楽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、
「今さら高級弁当宅配？」
「既に取り組んでいるけど成果が出ていないよ」
「本業でも人手不足なのに、宅配なんて取り組めるの？」
「今の店舗で宅配なんてやり始めたら労働環境悪くならないの？」
「自社のエリアのような人口が少ないエリアでは成り立たないよ」
といった疑問をお持ちの経営者様も少なからずいらっしゃるかと思います。

これまでの高級弁当宅配モデルであれば、皆様が疑問を持たれているようなデメリットがありました。

しかし今回ご紹介させていただいた株式会社惣楽さんをはじめ、全国で高級弁当宅配事業の成功法則通りに取り組まれたモデル企業様の多くが、ごく短時間で事業を成功させ、当初持たれていた経営課題の解決にもつながられています。

ではその成功法則とはどのようなもののでしょうか？まずは事業の立ち上げから事業拡大に向けた展開の適切なステップについてご紹介します。

Step 1 既存店付加で高級弁当宅配事業への参入

Step 1



既存店の業績悪化や外食事業の次の柱作りを経営課題として持たれている企業様は非常に多いかと思えます。**既存人員・厨房を活用し、平日売上を獲得しながら高収益化が可能な「高級弁当宅配事業」に参入することで、こういった経営課題を解決します。**

Step 2 デリバリー専門店（厨房）の構築

Step 2



既存店による参入後順調に売上が拡大してくると、**衛生リスクや既存スタッフの労働環境悪化のリスクが増大する**という課題に直面します。成功している企業様では、**段階的に宅配専門厨房の構築や専門店への業態転換に着手し、ムリなく生産性アップを実現しています。**

Step 3 人手不足対応型モデルへの転換・労働環境改善

Step 3



人手不足による採用難は今後もまだ解消の見込みがないなか、**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**です。既存の延長による効率化ではなく、**厨房機器やシステムを活用した根本的な人手不足対応型モデルへの転換に着手する必要があります。**

Step 4 1 拠点売上最大化に向けた多ブランド展開

Step 4



採用難が進むなかで、事業の多角化や多店舗化はリスクとなります。高級弁当宅配専門店の場合、ターゲットや商品をスライドし、サンドウィッチ宅配事業やケータリング事業など**多ブランド展開による1拠点売上最大化**に取り組まれています。

こういったステップで事業に取り組むことによって、これまでの事業拡大に関わる先手で課題を解決し、よりスムーズに業績を伸ばすことが可能になります。次に、この成功法則を抑えて事業に取り組まれた会社様が、こういった成果を上げられたのかについて見ていきましょう。

▼ 成功事例は次のページ ▼

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

女性パートのみで参入初月に日販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**参入初月に最高日販450万円**を達成。店舗売上は前年対比170%以上で伸長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

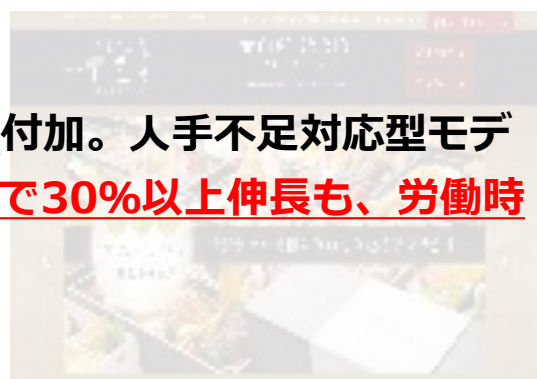
2年で営業利益額2,710万円増
 寿司屋から宅配専門店に業態転換後、1拠点で年商2.8億円まで売上拡大も赤字続き。「事前調理」の仕組み化などに取り組み生産性を向上させ、2年で**売上7,000万円アップ、営業利益額は2,710万円アップ**に成功。



宅配専門店

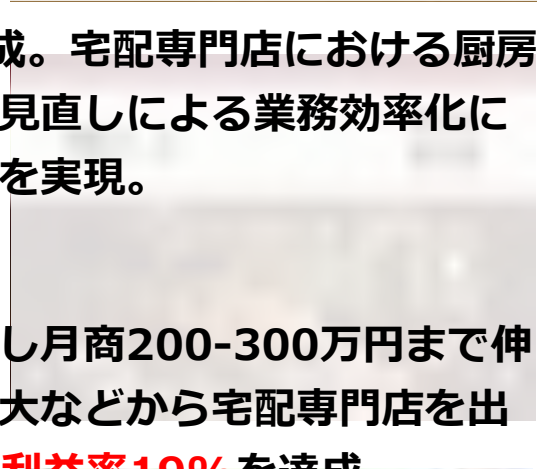
ホテル@東北 人口4万人

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。



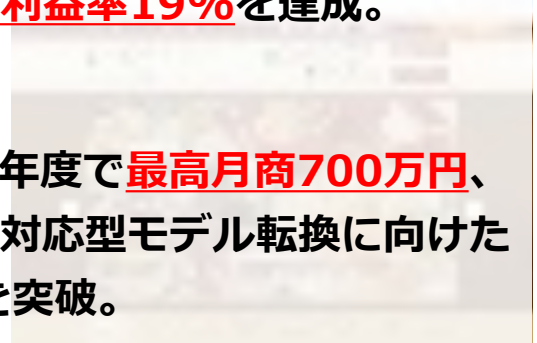
飲食店@九州 都市部

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

製薬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%伸長**。

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。

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

参加数累計
650社

ここまでお読みいただいた経営者層の皆様はおそらく、「高級弁当宅配事業」に取り組まれていてこれからもっと伸ばしたいと考えている、あるいはこれから取り組みたいと考えられている皆様だと思います。

ただ売上を伸ばしたい、不振店を収益改善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**」「**従業員の労働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、**株式会社惣楽の代表取締役 田村氏**をゲスト講師にお招きしたセミナーを開催します。

当日は、「初年度で営業利益額1,500万円付加！？高級弁当宅配事業構築のポイントは？」「たった5人で年商1億円！驚きの生産性向上手法とは？」「1拠点売上目標3億円を見据えた今後の取り組みとは？」などについてお伝えいたします。

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していただきます。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。

是非、気になる点や自社にも当てはまる点を発見いただき、当日を楽しみにさせていただきます。

惣楽様講座（一部）

- 1 何故、当社が高級弁当宅配事業に参入し成果を出せたのか？
- 2 後発参入でも選ばれる、ターゲット別売れる商品ズバリ公開！
- 3 人口10万人の地方でも成果が出る、自社サイト構築法！
- 4 10万円/月で月商800万円！他店を制圧するWeb集客術とは？
- 5 3人に2人が再注文する、リピート率アップの施策とは？
- 6 機械化・自動化された少数人員対応の専門店厨房の全容とは？
- 7 労働環境が劇的に改善する事務業務の圧縮法とは？
- 8 たった5名で年商1億円を作るオペレーションとは？
- 9 年商1億円・営業利益2,500万円を短期で実現する事業構築術！

その他講座（一部）

- 1 高級弁当宅配・ケータリングの成功事例とポイント解説
- 2 地方でも顧客ニーズを掘り起こすための商品戦略とは？
- 3 顧客満足度と製造オペレーションを両立する商品開発法！
- 4 手数料のかかる販売に頼らない！自社媒体の徹底的な伸ばし方
- 5 月別・ターゲット別の販促計画と効果的な施策とは？
- 6 生涯顧客化へのライフスタイル提案型の顧客管理法とは？
- 7 少数人員・高生産性の宅配専門店構築法とは？
- 8 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！
- 9 労働時間を減らし売上は伸ばす、生産性向上のポイントとは？
- 10 厨房の労働環境を改善する！業務導線別効率化手法とは？
- 11 F/Lコスト65%を簡単にクリアする、コストコントロール術！
- 12 即戦力化、衛生管理、ロス対策etc…管理・育成手法とは？

・・・他多数

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！」****「参入前にこれを知っておけば．．．」**という声が多数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。

株式会社惣楽の田村氏は、人手不足や競争激化という飲食店・惣菜店の経営者様であれば誰もが一度は悩んだことのある経営課題に対して、「高級弁当宅配事業への参入」、「デリバリー専門店化」、「省人化モデルへの転換」という手段でアプローチし、見事に業績を回復させられました。今回のセミナーは、これまでの経営のなかで田村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、今回田村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ただきたいという想いがありました。是非、**本セミナーには経営者様自ら足を運んで頂き**、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

過去船井総合研究所フードデリバリーグループ主催セミナー

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。

売りの価値は高い。アフターフォローの大切さを痛感しました。

売ればなしではない。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。

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、
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が無視できなくなってくると痛感して、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が無視できなくなってくると痛感して、とても為になった。

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。

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
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
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、するべきか、ヒントをいただけました。

これから何をしようか、するべきか、ヒントをいただけました。

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。

今まで製菓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り上げがじり貧になっていくと感じた。

今まで製菓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り上げがじり貧になっていくと感じた。

日時・会場

大阪会場
2019年5月9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7月2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かねますので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 20,000円 (税込 **21,600円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 16,000円 (税込 **17,280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。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.5785371 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

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. S045085 担当 天野 宛

デリバリー専門店への転換たった1年で年商1億円 **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5月9日(木) 【東京会場】 2019年7月2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	役職			
		ご連絡担当者				
TEL	()	E-mail	@			
FAX	()	HP	http://			
ご参加者氏名	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢

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人だと思えます。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】

- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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、船井総研コーポレート・コミュニケーションズ・顧客データ管理チーム(TEL:06-6204-4666)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL:03-6212-2924)



お申込みはこちらから

※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たいときは、 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**