儲からないバルを
いつまで続けますか？

月商567万円まで落ち込んだバルを

たった1年で

月商1,330万円にする方法

株式会社 間渕ダイニングサービス
代表取締役社長 **間渕 亨夫氏**

業績不振に悩むバルが儲かるためには

『おしゃれなバルからの脱却』

飲食店の倒産件数が年々増す中、業績回復の起死回生の一手とは　詳しくは中面へ！

主催
明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken
株式会社 船井総合研究所

バル業態業績活性化セミナー　お問い合わせNo. S047409
TEL.0120-964-000 平日 9:30～17:30　FAX.0120-964-111 24時間対応
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10　船井総研 大阪本社ビル　お申し込みに関するお問い合わせ：櫻田　内容に関するお問い合わせ：小島

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。）→ 047409

なぜ月商567万円の地方のバルが月商1330万円を達成する事が出来たのか

いつまで儲からないバルをやりますか？

増税前の今が最後のチャンス

儲からないバルの5つの特徴

1. 客層が **女性に偏っていて男性集客ができていない**
2. 客単価が **4000円程度になっており低価格なお店に負けてしまう**
3. 商品が **際立った名物商品が無く口コミもほとんど増えていない**
4. 宴会の需要期に **団体客の宴会を確保することができていない**
5. 店舗空間が **おしゃれなで静かな空間になっている**

これからの時代に儲かるバルの特徴は脱オシャレの大衆型バル

店頭 幅広い客層を確保できる店頭づくり

「何屋で何がいくらで」かが0.3秒でわかる

カッコいいカフェのようなバルを街中でよく見ますが、それでは若者しか集客が出来ません。幅広い客層を集客するには、入店障壁を下げるために「店への入りやすさ」が重要となります。そのためには何屋で何がいくらで食べられるかが重要となります。

店内 実演性のあるライブ感ある店内

落ち着いた空間からの脱却が鍵

オシャレでシックな内装の場合、レストランのような雰囲気になり、ハレの日にしか使わないポジションの店になります。炭焼きを使って、実演性でライブ感を演出すると賑わい感が出て、普段使いがしやすいお店になり、来店頻度が向上します。

商品 単品原価率80%を超える名物商品

競合よりも圧倒的なコスパを訴求する

今の時代、「美味しくない」店を探す事が困難な程、味については進化が続いております。このような環境下で名物商品による集客力をつけるためには、競合よりも圧倒的に原価率を単品名物商品にかけることが重要です。

客単価 客単価3000円以内にする商品構成

客単価よりも来店頻度を重要視する

多くの不振に陥っているバルは客単価が4000円程度になってしまっており、カジュアルレストラン化してしまっています。客単価を3000円以下になるように商品構成を変更し、客単価よりも来店頻度を重要視するスタイルに変更していく。

座席 団体客を確保できる席配置

団体客が取れるローチェアで居酒屋の客層獲得

団体客はチェーン店しか選択肢がなく、実は競合が少ない空白マーケットと言えます。さらに、団体客は席稼働率が上がり、また事前準備が容易となりますので、店舗の生産性も向上するため利益体質の店舗に近づきます。

販促 グルメサイトに依存しない集客経路の確保

多媒体多頻度で販促を行う

毎年、商圏人口は10%程入れ替わると言われているため、新規客集客をしなければ毎年10%ずつ客数が下がっていきます。新規集客における成功セオリーはグルメサイトのみに依存するのではなく、多媒体多頻度での販促戦略を構築する必要がある。

実際に大衆型バルにモデルチェンジを行い、業績のV字回復を実現した株式会社間渕商店様のインタビューは次のページへ

特別インタビュー

「脱オシャレ」が地方のバルの勝ち方だった!!

事例店舗
炭火バル マブチ

昨対 148% 月商 1330万

地方経済の衰退、バル業態のライバル増加・・
地方で飲食店を経営する悩みを抱えていた

弊社は静岡県浜松市で３００年続く老舗企業として、酒販・外食・ケータリングの3つの食の事業を展開しております。その中で当時流行していたワインバル業態をいち早く始めました。当初は月商も８００万円程で推移しており、好調でした。

しかし、人口減少に伴う地方経済の衰退と、弊社以外のライバルとなるバル業態が増えてきた事で競争に巻き込まれ、売上が低下していき、当初８００万円あった売上が５００万円台までに低下していきました。

外食事業の屋台骨であったバル業態が苦戦し、新たな業態を模索する中で「オシャレすぎない、“牛肉”をメインにしたバル業態」という地方都市でも繁盛している「大衆型肉バル」に注目しました。

ワインバル時代のお店

同エリアにすでに肉バルが・・さらにノウハウもない・・
地方都市の繁盛店との出会い

牛肉を扱った専門店業態が初めてでノウハウがなく、さらに浜松の駅前・繁華街エリアにはすでに肉バル業態も存在する中で、どのようにして自社の強みを活かせるか模索をしました。

そんな中、浜松よりも少ない人口の地方都市で月商２５００万円を夜のみの営業で実現している繁盛店の存在を知り、社員と共に視察に行きました。その後、さらに全国のモデルとなる繁盛店を複数回った事で商品戦略、価格戦略のイメージも付き、コンセプトの陳腐化したバルを業態変更する**意思決定**をしました。

株式会社間渕ダイニングサービス

代表取締役社長　間渕 亨夫　氏

創業300年の老舗企業、間渕商店の第15代目社長として就任。創業以来、酒販店を本業とし外食、ケータリングの3つの食に関 する事業を展開している。食とお酒を通じて「世の中の人の心 を豊かにする」という使命を持ち、創業300年の老舗企業ながら 時流に合った業態開発を進めるなど先見の明を持つ。

2018年の5月に業態変更を完了

8月には月商で1000万円を達成

リニューアル前は若い客層しか集客出来ていませんでした。店頭を大幅に変え、メニューはステーキとピザを主力とし、お客様が買いやすい売価設定にした結果、客層の幅が拡がり、３０代以上のビジネスマンやＯＬの方たちの来店も増え、既存のお客様にプラスして新しいお客様が増えていきました。

単品原価率８０％の和牛ステーキを炭火で焼くという専門性の高い商品構成にした事で、客層と利用動機の幅が広がり、8月には売上が１０００万円に到達することが出来ました。現在リニューアルオープンから約1年経過しましたが、売上の伸びは衰えず、9月は昨対１２８%、10月も１３４%と好調を維持しています。

業態変更にかけた投資額は60坪で1200万円!!
10か月で投資回収をして新たなステージへ!!

昨年対比累計140%超え!

12月と3月は過去最高月商1300万円達成!!

また12月と3月には日販で１００万円を達成するなど、月商が過去最高の１３００万円を突破致しました。集客に悩んでいたころには月商５００万円台まで低下していたことを考えるとまさにＶ字回復に成功したと思います。

また同時に若い人材確保も実現できました。活気のあるおしゃれなバルは若者が働きたい場所としても人気です。

地方都市は労働人口の減少に伴い、採用に苦労しますが業態によっては採用面でもプラスになる事を実感しました。集客と採用の両立が出来る業態を開発する事が出来た事で、外食事業部の明るい未来が見えたように感じております。

5月には、リニューアルをして1年が経ちますので第二の成長期を迎えるに当たり、社員一同一丸となって更なる繁盛店化を推し進めていきたいと考えております。

セミナーにて数字を公開します

商品売上高	13,245,196
原価率	
売上原価	
社員給与	
ｱﾙﾊﾞｲﾄ給与	
給与 計	
賃借料	
その他経費	
経常損益	2,775,963

■　炭火バルマブチのリニューアルポイント

	従来型バル		大衆型肉バル
コンセプト	国籍型バル	▶	食材・商品特化型バル
ターゲット	20~30代女性メイン デート・女子会需要		20~40代男女 友人・同僚飲み会需要
客単価	2,500円~3,500円		2,000円~3,000円
中心価格帯	600円~800円		300円~500円
主力商品	パエリア ボトルワインなど		国産牛ステーキ ワイン飲み放題
雰囲気	オシャレで落ち着いている		にぎわい感のある空間設計
販促	ＷＥＢ販促依存		多媒体多頻度 コミュニケーション

大衆型バルを成功させるポイントは次のページへ

大衆型バルを成功させるために必ず抑えるべき3つのポイント簡単解説

地方経済衰退、、競争が激しい環境でなぜ 昨対148% 月商1330万円 達成する事が出来たのか

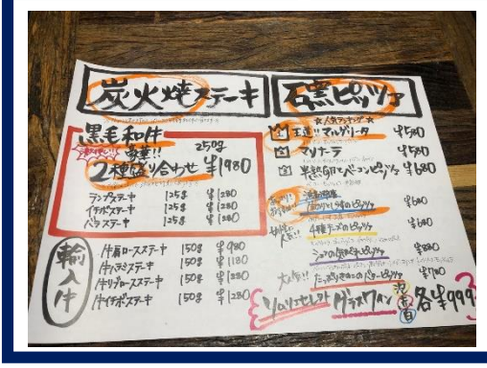
❶利用動機を幅広く取れる店頭・店内

バル業態が目新しかったころは「内外装のおしゃれさ」が集客要素となっていましたが、バル業態自体に目新しさが無くなってきた現在においては「内外装のおしゃれさ」よりも「入りやすさ」や「賑わい感」のある店頭作りが集客力を高めます。**特に地方都市は人口減少する中においては、客層を広げる事と利用動機を多く持つ事が集客において重要**となります。

❷「手の届くごちそう食材」での専門店化

牛肉はどの地域においても好まれる食材ですから、**【専門店業態】として**打ち出す事で集客力が高まります。また、**「手の届くごちそう」であるステーキを名物商品として打ち出し**、「何が」食べられる店かハッキリします。また牛肉をメインに扱う競合が多い中では「和牛」を扱う事をオススメしています。なぜなら**顧客満足度が高く、原価が高い「和牛」は参入障壁にもなり、競争力の源泉**となります。

❸一番商品を注文させる店内設計



お店の**食べるべき１品を注文してもらう事が最も、その店の価値をお客様に伝えるための最善策**となります。炭火バルまぶちでは、単品原価率を80%以上かけた、超お値打ちの黒毛和牛ステーキが一番商品となります。そのため、その商品を注文してもらえるように、メニューブックや店内POPを工夫する事で注文率を上げております。現在、**組当たり注文率は80%を超えており**、夜の「飲みだけ」需要以外はほぼ全ての方に注文して頂いております。

儲かるバルに業態変更するために必要な資料をセミナーにて全て公開致します。

株式会社船井総合研究所
フード支援部
小島　佑太

儲かるバル業態に大転換をするために

バル業態を経営されている経営者の方で、上手くいかなくなってきている方に共通するのが、**「バルが街になかったから」という出店理由**です。

バルという業態が日本で認知されてから約２０年経ち、今やどの地方都市であってもバル業態を見かけるようになりました。「オシャレでカッコよいお店」が近くになかった時は目新しさで集客を出来ていましたが、今の外部環境においては、**もはや「オシャレ」では売れなくなってきています。**

成熟化していく市場において、今が儲かるバルに転換する時です。

すぐ始められるPOINT

セミナー参加者特典付き!

1. 店頭・店・厨房の平面図データお見せします!
2. レシピ・マニュアルなどの運営面をお見せします!
3. 損益計算書含む、重要データをお見せします!

経営者の参加推奨

本業態に取り組むために迅速に決断が出来る
材料を全てセミナーで公開致します。

本セミナーで学べるポイントを一部ご紹介

- ☑ 繁盛肉バルの最新メニュー大公開
- ☑ 繁盛肉バルの収益構造大公開
- ☑ バル業態の理想的な商品構成の組み方
- ☑ 一番商品の磨き込みの仕方
- ☑ 安売りしなくても集客が出来る商品の作り方
- ☑ コントロールが出来るメニューブックの作り方
- ☑ お客様が入店したくなる外観の作り方
- ☑ 賑わい感の出る店内の作り方
- ☑ 地方でも効果的な販売促進の仕方
- ☑ 人材獲得力を高める業態の作り方
- ☑ 自店舗の価値を伝えるマニュアルの作り方
- ☑ 顧客情報のデータベース化の作り方
- ☑ 職人技をアルバイトでも出来るようにする方法
- ☑ 今後のバル業態の時流予測　etc...

儲かるバルに大転換 × バル業態活性化セミナー

東京会場

2019年7月9日（火）セミナー内容詳細は裏面へ

（株）船井総合研究所 五反田オフィス

多くの飲食店が倒産するなかいつまで儲からないバルをやり続けますか？

V字回復の鍵は“脱おしゃれ”バル業態活性化セミナー

東京 **2019年7月9日** **火**

株式会社 船井総合研究所
五反田オフィス

講座	セミナー内容

第1講座
13:00～13:45

なぜ多くのバル業態が業績不振におちいるのか？ 人口減少の時代でも勝ち抜くことができる新時代のバル業態とは

- セミナー内容抜粋① 外食業界とバル業界の時流について
- セミナー内容抜粋② 勝ち抜く事が出来ているバルのポジショニングについて
- セミナー内容抜粋③ 勝っている外食企業の特徴

株式会社 船井総合研究所
フード支援部 マーケティングコンサルタント チームリーダー
高橋 空

船井総研入社後は、外食ビジネスに専門特化し、日々全国のクライアントへのコンサルティングを行っている。未来を見据えた中小企業が進むべき組織構築に定評がある。また、WEB活用による「ブランディング」において社内外から評価を受けており、時流の最先端をいったノウハウの研究に勤しんでいる。

特別ゲスト講座
13:55～14:55

業績に悩むバル業態経営者の起死回生の一手！ 昨年多比148%月商1330万円を達成したリニューアル手法とは

- セミナー内容抜粋① 競合が多い地域で、業態変更をするために意思決定をした事
- セミナー内容抜粋② 業態変更をするに当たり、どのような事を実施したのか
- セミナー内容抜粋③ 業態変更後に数字や従業員にどういう変化があったのか

株式会社 間渕ダイニングサービス
代表取締役社長
間渕 亨夫 氏

創業300年の老舗企業、間渕商店の第15代目社長として就任。
創業以来、酒販店を本業とし外食、ケータリングの3つの食に関する事業を展開している。食とお酒を通じて「世の中の人の心を豊かにする」という使命を持ち、創業300年の老舗企業ながら時流に合った業態開発を進めるなど先見の明を持つ。

第3講座
15:10～16:00

今すぐリニューアルすべき大衆型肉バル業態のポイント解説

- セミナー内容抜粋① 一番商品の決め方と売り方、トータル原価の調整方法
- セミナー内容抜粋② 入りやすい店頭、賑わい感のある店内の作り方
- セミナー内容抜粋③ 現場で店舗の価値を伝える最短最速の方法

株式会社 船井総合研究所
フード支援部
小島 佑太

上場外食企業にて、旗艦店の店長や店舗統括を歴任。
船井総研に転職後は主に肉バル業態の開発と既存店活性化に従事。前職の経験から、「現場のマネジメント方法」や「店長育成」、「店舗の業績アップ」を専門に日々従事している。

第4講座
16:00～16:30

外食企業の経営者に“今”考えてほしいこと

株式会社 船井総合研究所
フード支援部 マーケティングコンサルタント チームリーダー
高橋 空

お申込み方法

FAXでのお申込み

本DMに同封しておりますお申込み用紙に
ご記載のうえFAXにてお送り下さいませ。

担当：櫻田

0120-964-111（24時間対応）

WEBからのお申込み

右記のQRコードをお読み取り頂きWEBページの
お申込みフォームよりお申込み下さいませ。

セミナー情報をWEBページからもご覧頂けます！

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/047409?media=qr

開催要項

日時・会場

東京会場

2019年 7月9日(火)
㈱船井総合研究所 五反田オフィス
〒141-8527
東京都品川区西五反田6-12-1
JR「五反田駅」西口より徒歩15分

開催時間 開始 13:00 ▶ 終了 16:30 (受付12:30より)

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ことがございます。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 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、ご入金が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。それ以後のお取消しの場合は、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.5785154 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 Funai Soken 株式会社 船井総合研究所
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)　お申込専用 FAX 0120-964-111 (24時間対応)
●申込みに関するお問合せ:櫻田　●内容に関するお問合せ:小島

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. S047409　担当 櫻田 宛

バル業態業績活性化セミナー　FAX:0120-964-111

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 / ご連絡担当者	役職	
TEL	( )		E-mail	@	
FAX	( )		HP	http://	

ご参加者氏名								
1	フリガナ	役職	年齢	2	フリガナ	役職	年齢
3	フリガナ	役職	年齢	4	フリガナ	役職	年齢
5	フリガナ	役職	年齢	6	フリガナ	役職	年齢

今、このお申し込み用紙を手にされている方は、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様は今現在、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、船井総研コーポレートリレーションズ・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】
株式会社船井総研ホールディングス　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 ☐

検

お申込みはこちらから