

2020年、2021年の好事例4選

事例01 茨城県 THE FAVORITE 吉田写真館 様

事例02 沖縄県 フォトスタジオスウィート 様

事例03 静岡県 グラフィックアルファ 様

事例04 長野県 フォトスタ・トゥエンティワン 様

詳しくは
中面へ！

2021年成果の出た
4社の最新事例から学ぶ

強い写真館の作り方

コロナ禍で休業しても売上増！！

売上 **135%UP**を達成した方法とは？

写真館フォーラム2022はこんな方におすすめ

- ✓ 新たな段階に入った**コロナ禍での経営**に不安のある方
- ✓ ニューノーマルと言われている**新たな時流の方向性**を確認したい方
- ✓ どんな時流においても**強い経営体質**を持った写真館経営を考えたい方
- ✓ 加速度的に減少する出生率に対し**新たな写真館経営**を考えたい方
- ✓ 今の時流に必要な**最新の集客方法**を知りたい方

開催日程 2022年 4月14日(木)
4月15日(金)
4月18日(月) 全日程16:00~18:00 (ログイン開始15:30~) / 全日程Web開催

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまにこころよりお見舞い申し上げます。

写真館フォーラム2022ご参加社様特典

- 写真館フォーラムご参加前の経営相談**(3月20日までお申込みの方対象)
セミナーご参加前に御社の経営課題をヒアリングさせていただき、講座内容に加味いたします。
- 写真館フォーラムご参加後の経営相談**
セミナーご参加後にセミナーの内容も含めご質問、および経営課題相談がついております。
- 和装・フォトビジネス経営研究会1回無料参加プレゼント！**
隔月偶数月に開催しております全国50社のフォトビジネス、振袖レンタルビジネス、和装ビジネスの経営者が集まる「和装・フォトビジネス経営研究会」に1回無料でご参加いただけます。

オンライン開催 ※全日程とも内容は同じです。ご合の良い日程をお選びください。

セミナー
スケジュール

2022年 時間は全日程16:00~18:00(ログイン開始 15:30~)

4/14 木 4/15 金 4/18 月

申込期限:4月10日(日) 申込期限:4月11日(月) 申込期限:4月14日(木)

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索

| | | |
|-----|------|----------------------------|
| 参加費 | 一般価格 | 税抜 10,000円(税込 11,000円)/一名様 |
| | 会員価格 | 税抜 8,000円(税込 8,800円)/一名様 |

担当講師

株式会社船井総合研究所 ライフイベントグループ 上席コンサルタント 井口 章
船井総研に途中入社以降、写真館業界のコンサルティングに従事する。集客、マネジメント、財務面など経営全般において写真館のコンサルティングを実施している。ご支援先の中には、親子2代でお付き合いしている写真館も多数あり、先代から次世代への事業承継に関わる。各県の写真館会・写真館業界団体の講演、「ザ・写真館」連載に加え、東京都写真館協会では、15年以上連載の続く「強い写真館になる条件」を執筆中。



WEBからお申込みいただけます！

右記のQRコードを読み取りいただき、Webページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

セミナーLP <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/083952>

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)



2020年、2021年の好事例4選

事例01 茨城県 THE FAVORITE 吉田写真館 様



2021年 前年比客数117%、売上125%
 写真館業界は、新型コロナによる1回目の緊急事態宣言時は自粛要請業種となり、20年4月・5月は休業した方も多くいました。しかし、20年6月以降は安心、近い、家族というキーワードのもと好業績となりました。**好業績だった2020年、2021年翌年も業績を伸ばし続けたポイントは、スタジオが高稼働でき、時流を踏まえた店舗づくり**です。

事例02 沖縄県 フォトスタジオスウィート 様



2020年 前年比売上103%、2021年 前年比売上115%
 2020年、2021年は緊急事態宣言で4月・5月休業したにも関わらず、昨対クリア。翌年2021年も引き続き好業績。子育て中のママだけで運営している日曜定休の写真館。**スタジオ稼働率が、ほぼ100%の写真館の次の一手、二手は？**限られた人数でも**新たな業種付加**で、さらなる展開を仕掛ける

事例03 静岡県 グラフィックアルファ 様



2020年 前年比売上105%、2021年 前年比売上124%
 事例2の写真館同様に、緊急事態宣言時の休業を含めても新型コロナ禍初年度は前年比クリア。さらにその翌年21年は、124%と過去最高実績を更新中！地域一番店の「おしゃれ写真館」をスタッフの力で作り上げました。**なぜ、スタッフ中心にこれだけの結果を出せるのか？** 一体化と数字の意識改革がポイントです。

事例04 長野県 フォトスタ・トゥエンティワン 様



2021年 3店舗前年比115%~135%
 他の事例写真館と同様に、緊急事態宣言時に休業をしても2020年、2021年は前年比クリア。翌年2021年は上記実績となり、全店商圈内トップグループシェア達成！今は、全員で地域一番店シェア達成に向かって邁進中！若いスタッフを中心に**新しい絵作り**、お客様に**適時発信される情報運営**、**地域で選ばれる要素を取り入れた店舗づくりがポイント**。

3つの時流適応とは？

時流01 加速度的に減少する出生数に適応する

出生数は、110万人台から100万人を割る2016年までは10年掛かりました。ところが90万人台を割り、80万人台になるには、たったの3年しか掛かっていません。そして2021年、かろうじて80万人を割らないとは言われていますが、加速度的に赤ちゃんが減少しています。この変化に今から何を準備するのか、左記載の**事例4社**は、それを取り組み、かつ、今まさに進行中です。

時流02 主たる対象客の世代の変化に適応する

Y世代は、まさに今のお客様の**親世代**。Z世代は、これから親になる、または成人式を迎える世代。マーケティング的に考えれば、重要な2世代。マネジメント的には、Z世代を採用、育成、定着させていくための組織づくり、マネジメントの考え方が必要になります。

時流03 お客様・写真館業界の時流の変化に適応する

| | | | |
|-----------------|--------------------------------|-------------------|----------|
| 安定期(VI) | 安定期(V) | 安定期(IV) | 安定期(III) |
| 自分流へのこだわり | 究極のこだわり | 自己実現型 | |
| 組み合わせに対するこだわり一番 | 究極のこだわり店 | 自己実現型 日常の中の非日常 | |
| 自分流にいかにあてはまるか？ | ・自分流の究極のこだわり (セレクトショップ)(本物) | | |
| 自分流の究極のこだわり | | | |
| 属性・小属性で一番化 | only one | | |

成熟業種でもある写真館のライフサイクルは、左図のようにキーワードとして、**自分流へのこだわり・究極のこだわり・自己実現型**が挙げられます。左の4社の事例は、このキーワードを踏まえた取り組みをしています。セミナーでは、具体的な事例としてお伝えいたします。

写真館フォーラム2022セミナー講座内容

| 講座 | 内容 |
|------|--|
| 第1講座 | 今の時流、これからの時流を知る 写真館業界の時流を過去から今、そしてこれからどうして行くべきかの指針となる次の時流についてお伝えいたします。 |
| 第2講座 | 経営体質の強い写真館になる経営法 時流適応していくには、「変化できる」組織・店舗運営をしていることが重要です。「変化できる」写真館経営をベースに人の育成・定着、集客、単価アップなど全国のご支援先様の具体的な事例を通して、その考え方と手法をお伝えいたします。 |
| 第3講座 | すぐに来ることから始める 本セミナーの内容からすぐに取り掛かれることを整理してお伝えいたします。 |