

「新和菓子ブランド創出」企業の
新たなチャレンジを応援!

こんな方へおススメ!
ぜひ、セミナーへご参加ください!

- ✓ 和菓子店を営んでいるが、少しずつ客層が高齢化している
- ✓ 新たなブランド展開を考えているが、アプローチの仕方が分からない
- ✓ 新たな客層にアプローチし、更に多くのお客様に商品を自社届けたい
- ✓ 承継した店舗を今後長く続けるための糸口が欲しい
- ✓ ブランドを形にする方法が知りたい

2022年和菓子店時流予測セミナー

各回、同じ内容です。ご都合のよい日程をお選びください。

講座内容& スケジュール

2022年 6月30日(木) 申込締切日 6月26日(日) 2022年 7月8日(金) 申込締切日 7月4日(月) 2022年 7月13日(水) 申込締切日 7月9日(土) 2022年 7月21日(木) 申込締切日 7月17日(日)

オンライン配信 13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)

※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

受講料 一般価格 税抜 30,000円 (税込 33,000円) / 一名様 会員価格 税抜 24,000円 (税込 26,400円) / 一名様

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。
●(お申し込み期限につきまして)開催日4日前までとなります。銀行振込ご希望の場合は開催日6日前までとなり、それ以降はクレジット決済のみとなります。銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。万が一、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。●(キャンセルについて)開催日3日前までにマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は事務局宛にメールにてご連絡ください。キャンセル期日以降の有料セミナーのお取り消しの場合はご参加料金の50%を、当日の欠席は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。

講座	セミナー内容
第1講座	2022年和菓子店時流予測~2030年へ向けた和菓子店の進むべき道とは~ 和菓子店が更なる永続する企業となるために、リブランド、DX、新業態開発など2030年に向けて今、取り組むべきことをご紹介します。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 食品・観光グループ スイーツチーム 岡野 波瑠
ゲスト講師 第2講座	令和最新事例に学ぶ!新規参入和菓子ブランドを大ヒットへ導いた秘訣とは 群馬県前橋市にて、新規和菓子専門店として2店舗 和む菓子屋「なか又」を展開。デザイン会社より和菓子業界へ新規参入され、和菓子では取り入れられなかったパステルブルーカラーやパンケーキのようなふわふわのどら焼きをメインとし、若年層を中心に集客している人気和菓子ブランドへ。最新のデジタル販促を駆使し、新規参入和菓子ブランドの中でも、短期間でヒットブランドへ成長したポイントをお話いただきます。 株式会社 ナニラニ 代表取締役CEO 村瀬 隆明氏
第3講座	2030年へ向けて和菓子店が取り組むべき戦略とは 時流適応した和菓子店となるためのリブランディング手法・新業態開発方法、新業態モデルのPL、商品、デジタルマーケティングの活用事例を元にご紹介いたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 食品・観光グループ スイーツチーム 岡野 波瑠
第4講座	時流適応した新たな和菓子店へモデルチェンジするために 時流に適応するとともに、DXも活用した2030年モデルの和菓子店のビジネスモデル転換へのロードマップをご説明します。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージング・ディレクター 横山 玖洙

お申込みはコチラからお願いいたします

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。

セミナー情報をWEBページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/087413> TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)



原材料高騰・ヒト不足が加速する今、
2030年モデルへ和菓子店はシフトせよ!

和菓子店 2022年最新 時流予測 2030年経営モデル大公開セミナー

和菓子店経営のあるべき姿が大きく変化。平成モデルの延長に未来はない。時流適応した経営へ。



株式会社 ナニラニ
代表取締役CEO
村瀬 隆明氏

特別講演 令和の最新びっくり事例から時流を掴む!

2億円のヒットブランド「なか又」の秘密

Twitterでの動画「850万回再生」

「30万回いいね」で大行列!

通販は5分で完売、3ヵ月待ち

主力商品は「どら焼き」?「パンケーキ」?
令和のヒット商品は和スイーツ

管理DXで事務業務の生産性向上



WEBセミナー PC・スマホがあればどこでも受講可能!
全日程オンライン開催

2022年 6月30日(木) 2022年 7月8日(金) 2022年 7月13日(水) 2022年 7月21日(木)

13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)

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心よりお見舞い申し上げます。

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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10

2022年和菓子店時流予測セミナー

お問い合わせNo.S087413

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

船井総研大阪本社ビル ※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

WEBから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。) → 087413

2030年に向けた和菓子店経営モデル大公開

和菓子店経営のあるべき姿が大きく変化。
平成モデルの延長に未来はない。時流適応した経営へ。

2022年最新 和菓子店 時流予測 セミナー

point
1

2030最新!
和菓子店成功のルールとは?

	これまで	これから2030年モデル
立地	郊外ロードサイド 人口密集地	商圏人口よりもコンセプトを 体現する立地
規模	和洋併売、多商品化を可能 とする大規模店あこがれの 本館づくり	5坪〜7坪の小規模店高単価 カフェ付き15〜20坪の フォーマット
ブランド	創業当時の「のれん」を守る。 時代に合わせた変化乏しい。	時流の変化に合わせリブランディング。 又は、新規業態、ブランドの開発。 インナーブランディングの強化。
商品	多品目・和洋併売へのシフト。 冷凍ストック活用。商品の 市場規模・購買率が年々減少。	品目数の絞り込み、出来立て、 手間暇かける。 SNS映えの集客商品付加。
価格	コモディティ価格。	高単価化。
接客 人財教育	人財不足により接客の 省力化。	デジタル活用と人的対応の メリハリ。従業員を熱狂的 ファンに。
固定化	アナログ媒体中心 ヒトに依存しない固定客づくり	O2O戦略、オンラインとオフ ラインの融合。スタッフの力 を発揮したファンづくり
販促	アナログ媒体中心	デジタルマーケティング

point
2

最新のデジタルマーケティング
オンラインとオフラインを
融合させたO2O戦略が分かる

- 社長がWEBを得意じゃなくても導入できる!
デジタル・SNSマーケティング運用のコツ
- 広域からの目的来店客を獲得し、
若年層も含め幅広い客層の集客を可能に
するO2O戦略の概要とは!?
- SNSで口コミ拡散する商品、
プロモーションのポイントが分かる



point
3

経営改革に必要な
本当に使えるDXとは?

- 在庫管理DX、経理会計DXで
事務作業の生産性を上げる
- 数値データ管理を実施することで、
人件費・現場負担削減へ

point
4

SDGsの理解も浸透した今、
ソーシャルプロダクト
の考えに沿った
商品開発も必要

- オーナー自身、従業員が自店の
熱狂的なファンであること
- 社会的課題を事業を通じて解決する
共感型事業であること

その他、
こんなこともお伝えします

- 押さえておきたい令和時代の
和菓子業界の最新動向とその先
- 知らないで損する和菓子店の
経営の基礎知識
- 働き方改革の前に取り組んで
おきたいこと

特別講演

令和の最新びっくり事例から時流を掴む!



株式会社 ナニラニ
代表取締役CEO
村瀬 隆明氏

1ブランド2億円の
ヒット業態

ヒット商品
開発で、SNSより注文殺到!
オンライン
ショップが5分で完売する
人気和菓子ブランド成功のポイント

Profile

株式会社 ナニラニ 代表取締役CEO
株式会社 スイート 代表取締役CEO&CXO
有限会社桔梗屋 取締役CEO
1978年名古屋生まれ。2001年青山学院大学卒業後、グラフィックデザイナーとしてキャリアをスタート。2005年デザインファーム株式会社 ナニラニを設立。ブランド戦略、ヴィジュアル開発、コミュニケーション設計など広義のデザインを志向する。2013年から前橋市の活性化に携わり前橋ビジョン策定などに従事。2018年自社事業として「和む菓子なか又」を前橋市に開設。2020年株式会社 スイートを設立し菓子事業に本格的に進出。

point
1

SNSでも話題No.1ヒット商品
「ふわふわ わぬき」
の誕生ストーリー



売上構成比が60%を超える、なか又ブランド
オンリー1の名物商品。この商品がSNS・メディア
で拡散され、ブランド名が全国へ拡散された。
大ヒット商品誕生秘話を大公開。

point
2

たった2年で2億円の
ブランドに成長した
「なか又」のブランド戦略とは!?



ブランドルーツの設計を明確に「デザイン」
「言葉」への落とし込み、「コト」発信型ブラン
ドとして、最新デジタル販促を掛け合わせ
たプロモーションを行った。独自のブラン
ド戦略とは。

point
3

多くのファンを生む
なか又ならではの
「デザイン戦略」とは!?



ペルソナ=ターゲットを明確化し、その
ターゲットへ刺さるデザインへ。「前橋の
お土産を作りたい」という想いから、手土
産に使える洗練されたイメージへ。独自の
ブランド戦略とは。

point
4

伝統とは革新の連続!
和菓子のアップデート
商品開発の考え方とは!?



前橋市で「わぬき」と呼ばれ、昔から愛される和菓子
であるどら焼きをアップデートしたなか又の代表
商品。チョコレートや季節のフルーツと合わせる
ことで、新たな和菓子の楽しみ方を提案する。

point
5

地方のシャッター商店街に大行列!
地元のお客様からも支持され、
広域からも集客する販促戦略とは?



名物商品を一番化し、その商品のプロ
モーションをデジタルツールを絡めて集
中的に実施することで、認知スピード加
速&インパクト増を実現。地方商店街の
地方創生にも寄与。

point
6

販促費“0円”で大行列ができる!
新時代デジタル
マーケティングの秘密

Twitter動画の配信による、情報拡散など最新SNSマーケティング
手法を駆使した販促で、店舗ブランド拡散速度UPへ。

8.5万リツイート
瞬間リツイート
ランキング
日本1位を獲得!



point
7

ECサイトで多チャネル展開!
による+a売上確保!

ECサイト上で曜日・個数限定商品を設けることで、ECサイト上での
話題創出施策も行う。

オンラインショップで5万個完売!

