

集客アップ

単価アップ

利益率改善

リニューアル

補助金活用可

既存店でも
対策可能◎

成長市場である観光マーケットの攻略法

ここが良い! 観光客向け名物商品

- ▶ 単価 2,200~3,500円
- ▶ 単品原価率 35~40%
- ▶ ご当地のごちそう食材使用(肉、海鮮など)
- ▶ 調理法、提供方法が違う!だから差別化可能◎
- ▶ メディアやSNSで話題に!県外のお客様や若者客など、新しい客層の集客が可能!
- ▶ 売れる商品開発によって、営業時間や食材を絞り、いままでより運営が楽になる。

既存店でも最短3ヵ月で観光客集客できる!

	1ヵ月	2ヵ月	3ヵ月
現状分析	→		
コンセプト設計	→	→	
新商品開発		→	→
試食会		→	→
SNS販促			→
メディア活用			→
店頭店内プチ変更			→

開催要項

※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

東京会場 **2024年1月18日(木)** 【お申込み期限】1月14日(日) 14:00~16:30 (受付13:30~) 株式会社船井総合研究所 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]

大阪会場 **2024年2月8日(木)** 【お申込み期限】2月4日(日) 14:00~16:30 (受付13:30~) 株式会社船井総合研究所 大阪本社 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 [地下鉄御堂筋線淀屋橋駅⑨番出口より徒歩2分]

※大阪会場は、ゲスト講座は事前収録済み動画を投影し、その他船井講座はリアル喋り。

※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、会場はマイページ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。

一般価格 税抜18,000円(税込19,800円) / 一名様 会員価格 税抜14,400円(税込15,840円) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、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。尚、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3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記 船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、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。●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みにも適用となります。

講座	セミナー内容
第1講座	<p>外食企業が2024年以降、注力すべき新業態とは</p> <p>今後さらに拡大が見込まれる観光マーケット。外食企業が地域に訪れる観光客需要を取り込むことは、人口減少、原価高騰の中で、必須と言えます。地方の外食企業が、観光客需要を取り入れ業績を上げるために取り組むべきことを、全国の中小外食企業の成功事例をもとに解説いたします。</p> <p>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 珠</p>
特別ゲスト講座 第2講座	<p>人口3万人の町で、観光需要獲得にシフトし売上V字回復! 名物商品開発×SNS販促により、行列が絶えないお店へと変貌した秘密</p> <p>業態の限界、さらにコロナ禍により売上が激減した地方のレストラン業態。しかし、観光客向けの名物商品を開発し、新たな販促を行うことで売上がV字回復。ターゲットを【地元客から観光客】にシフトすることで、客単価が162%アップ、労働時間を短縮して生産性を向上させることに成功。地方の飲食店がこれから取り組むべきヒントについてお話しいたします。</p> <p>1978年岐阜県にて創業。日本有数の観光地である「下呂温泉」近くのレストラン業態を営んでいたが、コロナ禍により売上が激減。新たに客単価が高い観光客を獲得しようと、飛騨牛を使用した牛カツやハンバーグ、ステーキなどのメニューを付加し、若い観光客層の獲得に成功。100万円に満たない低投資でコロナ前と比較して売上108%増、客単価162%増を達成。また、売上拡大だけでなく、営業時間の短縮、人時売上の増加など生産性の向上を実現。今後も、観光地である下呂を中心に、外食業態やスイーツ業態など意欲的に業態を展開していく。</p> <p>株式会社下呂松葉 代表取締役 代情 龍彦 氏</p>
第3講座	<p>観光客がわざわざ訪れる!目的来店のお店へ変貌するための「秘業態転換プラン」</p> <p>「観光地における外食業参入」の成功のポイントを解説いたします。観光需要を最大限獲得するための高単価商品の作り方・売り方、そして競合店舗との差別化の方法、観光需要の獲得方法、船井総合研究所のおすすめする観光立地外食業態のビジネスモデルの初期投資、投資回収モデルを解説いたします。</p> <p>株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 外食グループ マネージャー 石本 泰崇</p>
第4講座	<p>2024年、地方の外食業経営者が押さえておくべきこと</p> <p>今後の外食業が中長期的に成長するため、企業を永續するために、新規ビジネスに取り組む必要性と、観光地外食ビジネスをスピーディーに導入するためのステップを解説いたします。</p> <p>株式会社船井総合研究所 第四経営支援本部 副本部長 袖山 亮</p>

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】右記のQRコードを読み取ってお申込みください

※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。

【PCからのお申込み】下記セミナーページからお申込みください

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/107491>

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っております。

また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

【年末年始のお知らせ】

※2023年12月28日(木)正午~2024年1月8日(月)までは電話がつながりません。

※メール、お問い合わせフォームからのご連絡は1月4日以降順次ご回答させていただきます。

※尚、受講申込みはWebより24時間受け付けております。ご不便をお掛けいたしますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。



地元からも愛され 観光客も集客できる

名物ご当地グルメ 高単価・高粗利な商品開発 成功事例厳選3選



最高級A5ランクの
ご当地牛かつ



【贅沢】3度楽しめる
ご当地牛ひつまぶし



厚切りネタ十数種食べ比べ!
名物海鮮丼

事例公開 観光客の集客に成功し

人口減少する地方外食店も業績アップ!

- ✓ 地域の人口減少が止まらず売上減。
観光客にも入ってもらえるように決意!
- ✓ そこまで大きな観光地ではないが、
地元食材を活用した名物商品を開発し、
県外からのお客様が集まるようになった!
- ✓ 流行りのSNSにもチャレンジ!
お客様が勝手に拡散してくれる仕組み◎
- ✓ 結果、席数を減らしても売上108%増!
高単価商品のおかげで利益率も5%改善!

特別
ゲスト
講師



創業以来、地元客に愛されてきた老舗洋食店が
名物商品開発×SNSで観光客からも人気店に!

株式会社下呂松葉(岐阜県・下呂市)

代表取締役 代情 龍彦 氏



主催 明日のグレートカンパニーを創る **Funai Soken** 船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

【地方の飲食店向け】外食ビジネス業績アップセミナー2024 お問い合わせNo.S107491

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。

当社ホームページからお申込みいただけます。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。 107491

いままで**地元客**を大事に経営を続けてきた皆さま これからは**地元の魅力を県外にも発信**しませんか？

原価高騰時代でも無理なく客単価を上げ、価格勝負にならない！観光客集客の魅力とは？

注目事例

下呂温泉近くの老舗洋食店が**リニューアル!**
名物商品開発で**観光客にも人気に!**
単価**3,000円台**が**バンバン**売れる!

観光客向け名物商品開発で大成功!



特別ゲスト講師

株式会社下呂松葉
代表取締役
代情 龍彦氏



1978年創業。下呂温泉近くで洋食店を経営していたが、地域の人口減少や客層の高齢化、コロナ禍で売上が激減。厳しい外部環境の中でも動きのある観光需要に着目し、地元特産の飛騨牛を使用した牛カツやハンバーグなどの名物商品を開発し、メニュー体制の見直しを実施。それによってSNSで話題を生み、若い観光客などの集客に成功!客単価約1,000円から約1,700円に上がったことで、従来よりも席数を絞り、客数コントロールを行ない、営業時間も絞りながらも、売上は108%増・営業利益は5%も改善!働くスタッフの幸せを追求できるように生まれ変わった。

うちが観光客集客で成功した秘密をご紹介します。

POINT1 「素材」「調理」「見た目」観光客向けに徹底

地元食材として人気の高い飛騨牛。普通にステーキで提供すると8,000円などの高単価になってしまうため、周りの店舗がやっていない提供スタイル、かつ自社の洋食店としての強みも活かせる牛カツやハンバーグにして3,000円ほどで提供できるようになったことで、他社に真似できない、自慢の名物商品になりました。

POINT2 ニガテだったSNSやメディア活用も取り組みました。

いままでと違う客層＝観光客に知ってもらうために、SNSやメディアへの露出を増やしてきました。サポートを受けながら進めていきましたが、やはりこれからの時代はこのような新しい取り組みにもチャレンジしていかないとけないです。

POINT3 社長や職人がいなくても調理・提供できる仕組み

以前は料理人である私(社長)や社員でないと提供できない運営体制で、売上の確保のためにも長時間労働が日常化していました…。よく売れる名物商品を仕入先で仕込める体制を作り、さらに調理も数値管理できるように変えたことで、誰でも味ブレなく、クオリティ高く提供できるようになり、労働時間も減らしました。



飛騨牛牛カツ 税込3,480円～



飛騨牛極生ハンバーグ 税込3,280円

こうすればいいの!全国各地での成功事例から紐解く… 観光客集客のポイント紹介!



最高級A5ランクのご当地牛かつ

ご当地牛ステーキばかりだった周りの店舗と差別化し、肉質の良さを活かした牛かつスタイルで提供したことがSNSやメディアで話題に!単価3,000円を超える商品でも若者客を中心にわざわざ足を運ぶ人気店に!



【贅沢】3度楽しめるご当地牛ひつまぶし

牛以外の素材や調理法もすべて地元産にこだわり「1食で地域を旅する」をコンセプトに開発した名物商品が大ヒット!一品のみの販売でも連日予約で満席に。TVやWebメディアでも話題になり、団体客も多く訪れるお店に!



切りネタ十数種食べ比べ!名物海鮮丼

朝市をイメージし、地元産の魚介類を中心に十数種の具材をボリュームたっぷりに盛り付けた丼ぶり。県内外からも多くのお客様が車でわざわざ訪れるように!

名物商品×SNS・メディア活用のセット実行が成功の鍵

全くのゼロから新商品を生み出すわけではありません!地元の特産食材や調味料を中心に、調理法や提供法を工夫することで、どこにも無い、自社オリジナルの名物商品を開発することができます。また同時に、その商品の魅力を伝え、県外からもお客様を呼び込むためには、Instagramを始めとするSNSや、TV・雑誌・WEBなどのメディアを上手に活用することも同じくらい重要です。SNSやメディアで話題になることで、あなたのお店にわざわざお客様が訪れる状態になります。



セミナーへのご参加で「個別相談会」が無料付帯!
個別の会社事情に合わせて、専門コンサルタントと一緒にプランニングを考えます。