業態設計・出店戦略、売れる商品戦略や現場運営体制まで
働くスタッフのために“企業”へと進化する方法を一挙公開!

専門飲食店で多店舗展開に成功した成功事例セミナー

講座	セミナー内容	
第1講座	**外食業界時流予測と成長し続ける企業の特徴** ・2024年以降の外食業界に起きることとその備え方 ・収益性の高いビジネスモデルの作り方 ・強い人材組織の作り方 ・特別ゲスト事例の解説～なぜビッグマンはお客様も人材も集まる地域一番企業へと成長できたか?～ 株式会社船井総合研究所　地方創生支援部　観光フードグループ　リーダー　**玉利 信**	
特別ゲスト講座 第2講座	**地元・観光客・従業員から愛される会社づくりの秘訣** 1970年創業。佐世保バーガーの愛称で地元客からも県内外の観光客からも愛されるビッグマンの、ご当地グルメの繁盛店として成長するまでの軌跡をお話しいただきます。 さらに、コロナ禍以降の新しい観光市場の幕開けに対応するべく、いま仕掛けている経営戦略についても解説いただきます。先代の跡を継ぎ、セントラルキッチンの立ち上げやデリバリー、通販事業への参入、生産性改革に組織改革など、家業から企業へと成長するために実践してきた具体的な取組みについて語っていただきます。 株式会社ビッグマン　代表取締役　**小倉 盛義** 氏	
第3講座	**年商規模別経営法～傾向と対策～** ・経営者が現場からなかなか抜け出せない年商2億円の壁 ・不振店が足を引っ張り、成長を鈍化させる年商5億円の壁 ・トップダウンでは組織の統制が図れない年商8億円の壁 ・マーケティング部隊の独立が鍵となる年商10億の壁 株式会社船井総合研究所　地方創生支援部　観光フードグループ　**大橋 隆人**	
第4講座	**外食で年商10億を達成するために経営者が押さえておくべきこと** 人口減少地域でも、企業として持続的に成長していくために必要な経営の考え方をお伝えします。 株式会社船井総合研究所　地方創生支援部　観光フードグループ　マネージャー　**石本 泰崇**	

開催要項

東京会場　**2024年5月9日(木)**　【お申込み期限】5月5日(日)　14:30～17:30（受付 14:00～）

株式会社船井総合研究所 東京本社（八重洲）〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
［JR「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）］

※【2024年4月1日】より八重洲に移転し、開催いたします。ご来場の際はご注意ください。

※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。

一般価格　税抜20,000円（税込22,000円）／一名様　　**会員価格**　税抜16,000円（税込17,600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みに適用となります。

セミナーご参加特典

セミナーへのご参加で「コンサルタントとの経営相談」が無料で受けられます!

- ☑ 現状の経営課題の整理
- ☑ 収益性アップ作戦会議
- ☑ 生産性アップ作戦会議
- ☑ 全国モデル事例紹介
- ☑ 確実に進めるためのプラン

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/110251
【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せん。
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。

人口25万人の“地方都市”でも
ニッチな専門店の多店舗展開で元気に成長し続ける企業

- POINT! 地元客の根強い支持! **ファン獲得戦略**
- POINT! 県外観光客も虜に! **独自の商品開発**
- POINT! 家業から企業へ! **組織開発・DX化**

長崎県佐世保市で ご当地グルメバーガー専門店を5店舗展開!

2代目社長の店舗開発と組織開発で年商4億突破!

このような方におすすめ

- ☑ **地域の人口が減少**する中でも成長する会社経営をしたい方
- ☑ 本店の味を広めるための**多店舗展開**の方法を知りたい方
- ☑ 地方でもしっかり利益が残る**高収益な業態開発**をしたい方
- ☑ **セントラルキッチン**の活用法として新分野への展開を模索している方
- ☑ こんな時代でも付いてきてくれた**従業員の幸せ**を実現したい方
- ☑ もう人手不足に悩みたくない!**採用強化・働き方改革**したい方

2024年5月9日(木) 14:30～17:30　東京会場　株式会社船井総合研究所　東京本社（八重洲）
※【2024年4月1日】より八重洲に移転し、開催いたします。ご来場の際はご注意ください。

主催　サステナグロースカンパニーをもっと。Funai Soken　株式会社船井総合研究所
外食で10億円企業化セミナー　お問い合わせNo.S110251
船井総研セミナー事務局　E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
〒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。 110251

こんな時代でも付いてきてくれた「従業員」のために…
地方の2代目社長が取り組んだ“家業”から“企業”への成長戦略

「大事なのは①高収益なビジネスモデル②地域内多角化③生産性改革の3つでした。」

事例公開

毎年地域の人口が減少する佐世保市で
地元客～観光客も集客!
デリバリー・通販でも稼ぐ!

ご当地グルメバーガー専門店企業

1970年創業以来、県内外から根強い支持を獲得 !!

ビッグマン京町本

【名物】ベーコンエッグバーガー

特別ゲスト講師

株式会社ビッグマン
代表取締役 小倉 盛義 氏

1970年創業。日本で最初にハンバーガーが伝わったとされる長崎県佐世保市にてパン職人だった先代がこれからの日本の肉食文化の機運を敏感に捉え、ハンバーガー専門店を出店。以来、地元佐世保っ子のみならず、県内外から訪れる多くのファンに愛される。現代表に変わってからは店舗拡大や通販参入など、さらなる会社成長を遂げている。

私たちが従業員の幸せ追求企業へと進化した方法

POINT1 **本店だけじゃない!愛され続ける高収益モデルを確立**

半世紀以上の長きに渡って愛されてきた先代の味・ブランドを守りつつ、ご当地牛の長崎和牛を使ったメニューや、地元ピザ店とのコラボメニューなど新しい価値を追求!メディア露出も増え、さらに強固なファン基盤を築く。
セントラルキッチンも活用しながらFL管理もより高精度に!

POINT2 **地域内ビジネスを発展!収益の柱を複数持つ!**

地域にひとを呼び込むご当地グルメとしての地位を確立し、県内外から多くの観光客も集客することで、人口減少する地方でも売上を拡大!さらに2019年からは個人宅や大口注文対応のデリバリーを開始!さらに、名物ハンバーガーで使用する自家製ベーコンのネット販売も行うなど、収益の柱を複数成長!

POINT3 **多様な人材が働ける環境づくりも実施!**

多店舗展開を支えるセントラルキッチンを立ち上げることで、育児休業明けの女性社員が日中勤務として復職しやすいような環境を整備するなど、スタッフの働き方改革と生産性向上を両方実現する組織開発を次々と実現!

デリバリー商品

通販用自家製ベーコン

【読み切りコンサルタント解説ミニセミナー】目指せ年商10億!

会社成長の肝「〇〇億円の壁」とは?

株式会社船井総合研究所
地方創生支援部 観光フードグループ
マネージャー 石本 泰崇

1 経営者が現場からなかなか抜け出せない年商2億円の壁

企業の年商規模別に、経営課題はおおよそ共通しています。まずは、社長が一人で全ての業務を請け負い、決裁していくのは、年商2億円が限界です。企業規模が大きくなるにつれて、まず最初に業務が独立するのが「経理」です。この頃は、社長の奥様や、主婦パートがメインです。「労務」もここで兼任するケースが多いです。

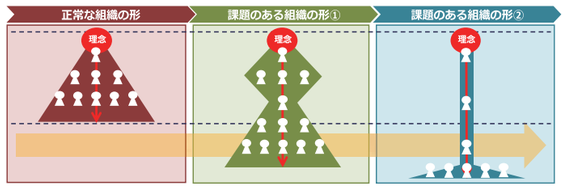
2 不振店が足を引っ張り、成長を鈍化させる年商5億円の壁

年商が5億円を超えてくると、営業本部が必要になります。今までの組織図では、社長直下に店舗がついていましたが、年商5億円（5～8店舗）を超えてくると、もはや社長一人では見切れなくなってきます。社長の力で売上を作り続けるのではなく、しっかりと収益性の高いビジネスモデルを確立し、店長に任せることが大事です。

3 トップダウンでは組織の統制が図れない年商8億円の壁

年商が8億円を超えてくると、人事の業務量が増えてきて、部署独立の必要性がでてきます。人事の主な仕事は採用・教育・定着・評価業務改善」です。この企業規模になると、営業本部のマネージャーが兼任してできる業務レベルではなくなってきます。それぞれが独立しながら、且つ連動性のある仕組みを構築していかなければなりません。まさに、年商8億円から10億円を突破するためは、この人事(人財開発)の仕組み化が重要になってきます。

正常な組織の形と課題のある組織の形



4 マーケティング部隊の独立が鍵となる年商10億の壁

年商10億円付近になると、マーケティング関連の専門部隊として業態開発、店舗開発、商品開発、販促推進などを担うマーケティング専任部門が単独で必要になってきます。出店・業態開発では協力会社が2社ほどあり、特性やタイミングによって使い分けます。また、日々の商品開発や広告宣伝活動においては専任者を置いて内製化していくことで効率性とスピード感が上がってきます。

お客様からも従業員からも
選ばれる地域一番企業へ

「会社を変えたい!」その想いを最短で実現します。

地方でも再現可能な成長戦略について解説するセミナー開催!詳細は次ページへ