

異業種参入◎ 新規立ち上げ リニューアル 業態転換 補助金活用可

既存店でも 対策可能◎ 観光客向けの名物ご当地グルメ専門店

最短6ヶ月で店舗立ち上げ可能!

	1・2ヶ月目	3・4ヶ月目	5・6ヶ月目
コンセプト設計	→		
内外装	→	→	
施工		→	→
商品開発		→	→
SNS販促			→
メディア活用			→
OPEN準備		→	→

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、専門のコンサルタントと一緒にプランニングを考えます。



相談内容

- ・貴社にあった業態選定サポート
- ・強みを活かした業態の検討
- ・類似事例のご紹介
- ・立ち上げスケジュール作成サポート
- ・必要なサポートプランのご提案など

開催要項

東京会場 2024年3月7日(木) 【お申込み期限】 3月3日(日) 13:00~16:00 (受付12:30~) 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]

※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

●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きます場合がございます。●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)へご入会中のお客さまのお申込みに適用となります。

講座	セミナー内容	※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。
第1講座	<p><b>持続的成長マーケットである観光客向け外食市場における、外食参入のポイント</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なぜ、観光市場がいいのか?市場データから読み解く観光外食業界動向といま観光客に求められる外食業態とは?</li> <li>・観光客が集まる立地特性や、ビジネスチャンスが高いエリアの特徴</li> <li>・こんな外食参入は失敗する!せつかくのビジネスチャンスを無駄にする外食失敗あるある</li> <li>・競争優位を創り、他社と差別化を図るための、独自固有の強みの発揮方法</li> <li>・本日のセミナーで学んでいただきたいこと</li> </ul> <p>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</p>	
特別ゲスト講座 第2講座	<p><b>人口3万人の町で、観光需要獲得で年商1億円! 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</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客需要の取り込みに着目した理由</li> <li>・観光客向けの名物料理開発で意識したこと</li> <li>・ニガテだったSNS販促やメディア活用に取り組み、話題のお店になったその集客方法</li> <li>・職人スタッフがなくても運営できる体制を構築していくためのポイント</li> <li>・観光需要をさらに獲得していく!今後の事業展望</li> </ul> <p>1978年岐阜県にて創業。行政人口3万人、年間観光客数255万人の岐阜県下呂市で洋食店を営んでいたが、コロナ禍をきっかけに、持続成長マーケットである観光外食に目を向け、店舗のリニューアルを実施。ご当地の飛騨牛を使用した牛カツや生ハンバーグといったメニューを付加し、観光客層の獲得に成功。SNSやメディアを活用した集客方法も奏功し、年商1億を1店舗で売り上げる繁盛店へと成長。</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><b>全国の観光地での成功事例から紐解く、観光客で繁盛する飲食店をつくる商品・販促戦略</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客ニーズと成功事例から分析する商品開発のポイント</li> <li>・地元向けとは違う!観光客向け外食専門店の価格戦略</li> <li>・属人的にならずに運営効率の高い店舗にするためのオペレーションや店舗づくりのポイント</li> <li>・お客様が勝手にSNSで拡散してくれる!SNS活用法</li> <li>・TVや雑誌、ネットで話題を生み出す!メディア活用戦略</li> </ul> <p>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</p>	
第4講座	<p><b>経営者として新規事業参入を意思決定する際に大事なこと</b></p> <p>会社が成長し続けるために必要な経営の考え方や、新規事業として持続的成長市場である観光外食マーケットで成功するための経営者の意思決定のしかたについてお伝えします。</p> <p>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</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/110331>  
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。



新規事業開発や 異業種参入に最適◎

持続的成長マーケットである

観光客向け

外食専門店

<p>事例①</p> <p>最高級A5ランクのご当地牛かつ</p>  <p>行政人口3万人 観光客255万人/年 でも年商約1億!</p>	<p>事例②</p> <p>【贅沢】3度楽しめるご当地牛ひつまぶし</p>  <p>焼鳥店居抜き活用で 初期投資500万! 25席で月商600万!</p>	<p>事例③</p> <p>厚切りネタ十数種食べ比べ! 名物海鮮丼</p>  <p>観光客700万人/年 商店街立地で 年商約1億!</p>
--	--	---

投資回収1年目標 職人レス運営 短営業時間

主催 Funai Soken サステナブルグロスキャンパニーをもっと。 観光客向け外食専門店新規開発セミナー お問い合わせNo.S110331

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

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。 110331

# 居抜き活用で初期投資500万～新規参入可能! 観光客向けの名物ご当地グルメ専門店が熱い!



ウチでも観光客取れるの?

年間観光客数200万人  
以上いる地域は、観光客  
向け外食の成功例多数です!



## 注目事例

### 年間観光客数255万人/下呂温泉近くで観光客向け名物商品 「飛騨牛牛カツ」が大ヒットし、年商1億円に成長!

#### 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。

年間観光客数  
**200～500万人**の  
観光エリアが狙い目です!  
例えばこんなエリアです。

- ☑松山
- ☑函館
- ☑倉敷
- ☑太宰府
- ☑高知市
- ☑飛騨高山
- ☑静岡(沼津)
- ☑北陸(温泉地)
- ☑長野(白馬・善光寺)

### 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いきました。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はいけません。

#### 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

### 観光客向け名物ご当地グルメ専門店の数値モデル

初期投資(居抜き活用の場合)		標準モデルPL	
厨房	¥1,500,000	月商	¥5,500,000
店頭	¥2,000,000	原価	¥2,090,000 38.0%
店内	¥6,000,000	人件費	¥1,200,000 21.8%
その他	¥1,500,000	賃料	¥400,000 7.3%
→初期投資	¥11,000,000	販促	¥200,000 3.6%
商品開発	¥1,000,000	水光熱	¥320,000 5.8%
コンサル	¥3,600,000	その他	¥500,000 9.1%
→サポート	¥4,600,000	→償却前営業利益	¥790,000 14.4%
初期投資合計	¥15,600,000	理論投資回収	19.7ヶ月

### 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で、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!