

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

本セミナーで学べること

- ✓ 観光市場の業界動向や、集客力のある強いビジネスモデルのポイントを解説します。
- ✓ 観光客向けの外食専門店ビジネスモデルで出店すべき年間観光客数の目安や具体的なエリア例なども学べます!
- ✓ うちの地域には有名な食材がない、という場合でも大丈夫! 全国の事例をもとに様々な業態をご紹介します。貴社に合う業態がきっと見つかるはずです!
- ✓ 商品開発の考え方や実際の運営例など、実例とともに解説!
- ✓ こうやれば観光客が集まる!地元客集客とは違う、観光客集客の方法も解説します!

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4月16日(火) 【お申込み期限】 4月12日(金) 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
※[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、中止させていただきます。高、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしませんので、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、ご入金確認できない場合は、お申込みを取り消させていただきます。●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させていただきます。
●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。

講座	セミナー内容	講師
第1講座	成長マーケットの観光立地で、今、外食ビジネスに参入すべき理由 今後さらに拡大が見込まれる観光地ビジネス。外食企業が観光地に出店し、また時流をふまえた業態に転換することで、大きな収益を上げられている企業が続出しています。観光客にうける業態とは何か?どのようにすれば高単価・高収益な業態ができるのか?今、観光立地で外食ビジネスに参入すべき理由を具体的な成功事例をもとに解説いたします。	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 リーダー 玉利 信
特別ゲスト講座 第2講座	観光地の老舗食堂が、名物商品開発でメディア・ロコミでも話題の繁盛店になった戦略論 伊勢のおかげ横丁で約150年続いてきた老舗の食堂「あびや大食堂」とその付帯小売店舗。現代代表が経営に携わった2012年は年商1億円だった事業を、数年で年商4.7億円・営業利益12倍にまで成長させた。海鮮や和牛などの地元食材を活用した名物商品開発と、メディアやロコミで話題になる店舗づくり、そしてデータ分析を基にして磨き込んだ経営手法や、観光外食市場での戦い方についてご講演いただきます。 1985年、北海道生まれ。高校生の時にネット販売事業を起業。大学入学で上京し、マーケティングと会計を学ぶ。大手通信会社に入社。組織人事や事業立ち上げを経験。退職後、三重県伊勢市にある妻の実家の老舗店を受け継ぎ、「あびや」代表に就任。AIなどを活用したデータ分析を取り入れ、経営改革に取り組む。三重大学にて地域イノベーション学専攻修士課程単位満了修了。2018年、株式会社EBILAB(エビラボ)を立ち上げ、来客予測を主軸としたデータ分析システムのサービス開始。マイクロソフト「People who inspired us」にて事例が紹介されるなど、世界からも注目を浴びている。	有限会社あびや 代表取締役 小田島 春樹 氏
第3講座	今、おすすめの少人数・高収益・低投資の外食業態3選 「観光地における外食参入」の成功のポイントを解説します。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、インバウンド需要の獲得方法、船井総合研究所が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。	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	観光立地で外食事業を成功させるために経営者が押さえておくべきこと 今後の外食業が中長期的に成長するため、企業を永続するために、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

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/110788>
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。

社員の幸せのための成長戦略

逆風の外食業界でも
観光地名物グルメの
多ブランド展開で
年商1億から5億円達成!



あびや大食堂(客単価2,700円) あわび串屋台(客単価1,500円) 牛寿司屋台(客単価1,550円) などなど...

たった1店舗の老舗食堂が企業として大きく成長!



- ✓ 食べてみたい!と思ってもらえる**名物商品開発**
- ✓ 食堂の客単価は**2,700円にまで上昇!**
- ✓ 話題になる**SNS・メディア活用**
- ✓ 店前通行客を効率的に**集客**する店舗づくり
- ✓ 飲食店のAI・IT活用で勤に頼らない経営へ!
- ✓ 従業員1人あたり売上は392万円から10年で1,153万円まで向上!**高生産性**を実現!
- ✓ 完全週休2日も実現!

有限会社あびや 代表取締役 小田島 春樹 氏

主催 サステナブルな成長戦略をもっと。 **Funai Soken** 船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp
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。 110788

約30兆円! 巨大な観光市場は市場成長中! なのに観光地飲食店は全然進化していない!



ウチでも観光客取れるの?

年間観光客数30万人以上
いる地域は、観光客
向け外食の成功例多数です!



注目事例

創業100年超の老舗食堂の大改革! 名物商品開発と データ分析による集客術で地域一番店クラスへと成長!

年間観光客数400万のおかげ横丁で展開



ゑびや

特別ゲスト講師

有限会社ゑびや
代表取締役

小田島 春樹 氏

伊勢神宮の鳥居近くにある大正元年(1912年)創業の老舗の食堂と土産物を扱う会社です。かつては手切りの食券でオーダーを取る昔ながらの大衆食堂でしたが2012年から改革を実施。ご当地グルメの手捏ね寿司の再強化を中心に集客を活性化やご当地和牛である松阪牛を活用した牛寿司やあわび串の開発による食べ歩き需要への対応をした専門店の出店など徐々に売上アップを実現。さらに、AIを活用した来客数や出数予測によって日々の発注や仕込み精度の向上とロス率の7割削減なども同時に実現。観光地での飲食店の生産性が上がる仕組みも導入し、従業員の労働時間も削減でき、年間休日120日と従業員の給与の増額も実現している、注目事例です。

年間観光客数

30万人以上の
観光エリアが狙い目です!
例えばこのようなエリアです。

- 永平寺
- 角館武家屋敷
- 萩城下町
- 下呂温泉
- 知多半島
- 滋賀石山寺
- 伊東
- 山形上山温泉

「いま観光地外食で必要なことをやりきりました!」

POINT1 「素材」「調理」「見た目」…

観光客向けに徹底的に見直した名物商品

伊勢のご当地グルメとして長年人気の「手捏ね寿司」「伊勢うどん」。外食に慣れた現代のお客様に満足してもらえるような目新しさはなく、どこも似たり寄ったりのマンネリ化を感じていました。素材・調理方法・見た目・値付けなど、データ分析をもとにテスト販売を繰り返し、観光客ニーズを捉えた商品の開発や専門店の開発を進めていきました。

POINT2 企業としてニガテだったSNSやメディアも活用

旅の大きな目的のひとつに“食”があります。当然観光地に行く前に調べたり、旅行中でもお店の前で、お店の評判を検索するのがいまの観光客の特徴です。ホームページの整備から、SNSやメディアへの露出を増やしていくことで、いまの時代に選ばれるお店づくりをしました。

POINT3 勘頼み、肌感覚の経営の“家業”から“企業”へ

前職のIT企業を退職し、妻の実家でもある現在の職場、『ゑびや』を初めて訪れたとき、ものすごく時代遅れなお店でした。エアコンはなく、レジはなくそろばんで計算して、...というような状態でした。最初はパソコンを使う、エクセルにデータを打ち込むことから始めていき、いまではAIやシステムの導入によって客数予測や食材管理、入店率の高い店頭づくりに至るまで、客観的なデータを分析することで家業から企業へと生まれ変わりました。



観光客向け名物ご当地グルメ専門店への転換・参入例

初期投資(居抜き活用の場合)	
厨房	¥1,500,000
店頭	¥2,000,000
店内	¥6,000,000
その他	¥1,500,000
→初期投資	¥11,000,000
商品開発	¥1,000,000
コンサル	¥3,600,000
→サポート	¥4,600,000
初期投資合計	¥15,600,000

標準モデルPL		
月商	¥5,500,000	
原価	¥2,090,000	38.0%
人件費	¥1,200,000	21.8%
賃料	¥400,000	7.3%
販促	¥200,000	3.6%
水光熱	¥320,000	5.8%
その他	¥500,000	9.1%
→償却前営業利益	¥790,000	14.4%
理論投資回収	19.7	ヶ月

紙面で解説!



こうすればいいの! 全国各地での成功事例から紐解く... 観光客向け 最新 商品開発ポイント



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!



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!



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!