

店舗・通信販売の売上UPに悩んでいる皆様必見!

街のお肉屋さんから「オシャレな和牛専門店」へ

精肉店のリブランディングで

売上5倍・営業利益率10%

の仕組みづくり

競合店舗が実施しない“面倒な売り方”を仕組み化で展開!休みを増やしても売上拡大中!

- 講演のポイント
- 肉業界におけるリブランディングの成功ステップ
- 専門店化のためのブランドの魅せ方と顧客ニーズ&時代に応える商品政策
- “面倒な売り方”を仕組み化するポイント
- ブランドを確立することでヒトが集まり、求人に困らない

和牛専門店として創業した中谷肉店。常連客の高齢化と減少に危機感を抱いた三代目の中谷明博さんは、大胆なブランド刷新を施し、売り上げを5倍に飛躍させた。

特別ゲスト講師

有限会社中谷肉店 代表取締役 中谷 明博 氏

東京開催 2024年5月27日 船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO 開催時間 14:30~17:30(受付開始 14:00~)

主催 サステナグロースカンパニーをもっと。 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。)→ 112118

店舗や通販で売れる商品開発・品揃え、売り方や販路拡大までのノウハウを一挙公開

肉業界向け店舗・通販売上の成功事例大公開セミナー

講座内容&スケジュール	
東京開催	2024年5月27日 船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO 開催時間 14:30~17:30(受付開始 14:00~)
講座	セミナー内容
第1講座	肉業界で成長し続ける企業の特徴とは 店舗数が激減する中で売上が好調の会社、今から通販に参入して売上拡大に成功している会社など、時流に合った、さまざまな売上を伸ばしている会社の事例についてお伝えします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 食品ユニット 小林 直人
ゲスト講師 第2講座	店舗リブランディングによる売上・利益拡大への歩み 店舗をリブランディングして売上5倍・営業利益率10%の高利益体質への成長ストーリーと成功のポイントについてお伝えいただきます。 有限会社中谷肉店 運営統括責任者 中谷 明博 氏 中谷 恭子 氏
第3講座	肉業界の売上・利益拡大の手法大公開 脱低利益!売上・利益のとれる商品設計や、モデルPL・店舗・通販の販売手法のポイントを具体的にお伝えします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 食品ユニット 小林 直人
第4講座	本日のまとめ 成功に向けて取り組むための内容まとめ 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 食品ユニット 中野 一平

開催要項

東京会場 2024年5月27日 14:30~17:30(受付 14:00~)

お申込み期限:5月23日(木)

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO ※[2024年4月1日]より八重洲に移転いたしました、ご来場の際はご注意ください。
〒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)]
※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。

受講料 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。

セミナーのお申込みはこちら! 事業主の方と店長や幹部候補の同時参加をオススメしております!

【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/112118

【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。

お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。
船井総研セミナー事務局 < seminar271@funaisoken.co.jp > 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。



有限会社中谷肉店

中谷 明博 氏



精肉店のリブランディングで

売上を5年5倍に拡大！

店舗のリブランディングのきっかけ

創業は1950年。現社長明博氏は三代目で、大学卒業後の2001年に実家の中谷精肉店で働きはじめました。しかし、働いている中で来店するお客様は近所のおじいさん、おばあさんが中心で、若い人はショッピングスーパー等に行ってしまうという現実を目

の当たりにしたことで、お店の存続に危機感を覚えました。また、地域の周りの店舗を見ても精肉店や魚屋、八百屋などは徐々に減る一方だったので、何かしら手を打たなければと感じたのが行動のきっかけです。販売方法などを試行錯誤する中で同じ市内の友人の店舗に行ったときに米屋なのに雑貨屋のような店舗やおしゃれなパッケージに衝撃を受け、商品の見せ方などを学び、ブランディングへの勉強を始めました。



リブランディングで デザインを統一

まずはロゴマークを決める前にブランド名を決める必要がありました。ブランド名を決める中で子どもの頃のニックネームである「N-KUO」に決定し、世界観を作成していきました。

リブランディングの立役者である恭子氏は「N-KUO」の世界観を元に商品パッケージやユニフォーム、店舗デザインを手掛けてきました。

リブランディングをして世界観を整えることで「少々お値段は張っても、特別な機会の焼肉パーティーやギフトとしてなら妥当かな」と消費者に感じさせる仕組みを構築しました。

世界観を伝える

店舗に来店したお客様への商品の販売の仕方「特上・並」のような販売の仕方から「部位別」で販売することでお客様にお肉を選び、味わう楽しみを作っています。ギフトで使われる方も「誰かの特別な日に使ってもらえるように」と高級感のあるデザインにしました。

お客様からの細かい要望に応えることで厚い信頼を得て、結婚式の引き出物などにも採用されることで売上を大きく伸ばしました。

このような取り組みを前面に出すことによって採用にも大きく影響しました。

現在は平均年齢が30代でかなり若く、社員全員が活き活きと働いています。



精肉の店舗・通信販売の売上拡大で悩んでいる 事業主の皆様必見のセミナーです！

- ☐ 自社の経営体制について最善か気になっている方
- ☐ 自社の今後の成長の仕方に悩んでいる方
- ☐ 店舗の売上拡大に悩んでいる方
- ☐ 現在の通販サイトがあるが、どのように活用していいか悩んでいる方
- ☐ 市場が拡大している食物販事業・通信は売事業の情報を集めたい方



セミナー当日に学べること

1 肉業界で利益の取れる商品設計の仕方が分かる

「店舗」「通販」の売上が伸びている会社は、社内の仕組みがしっかりとできています。売上の上がる仕組みについて学ぶことができます。

2 地元商圏でもリピート率を上げて売上の拡大方法がわかる

「カテゴリー分析」や「商品分析」、「顧客分析」の分析手法が学び、既存のお客様の購入動機の作り方やリピートの手法について学ぶことができます。

3 今すぐ使える店舗の売上拡大手法が学べる

“安売りしないと売れない”状態から脱却して、しっかりと地元根付いてお客様に購入してもらえる仕組みをお伝えします。

4 通信販売の理想的な数か年モデルPLが分かる

通信販売事業は正しく運営すれば高収益な事業です。あるべき損益計算書をお伝えします。

5 通信販売で売れる仕組みについて学べる

認知⇒購入⇒リピートの仕組みづくりにおいて取り組むべき施策について学ぶことができます。



「社長生誕祭」や「春祭り」などのイベントを積極的に実施。「社長生誕祭」では、社長に「おめでとう」と声をかけることで、社長の年齢にちなんで46%OFFなど他にはないユニークなイベントを実施。イベント期間中は毎日200人以上の来店が来るなどの大人気企画である。

様々なイベントを実施する際は、特にInstagramを活用してお客様に訴求をしている。

店舗イベントを実施！
販促としてInstagram
を活用！

売上減少に悩む精肉業界で売上を
伸ばし続ける成功のポイント

集客したお客様を固定化
「ギフト」としても使える
ように用途提案！



ポイントカードなどを活用して、再度来店を促す仕組みを作る。
ポイントカードにも実は来店回数などの特典があり、上位顧客向けのマーケティング等も実施している。
また、精肉店は日常使いとして商品を購入する方がほとんどだが、中谷肉店では平月でも売上の3割以上がギフト利用など「ギフト」を比率が圧倒的に多い。



店舗の世界観を通信販売でも同様に訴求。
店舗含め「価格勝負」にならない販売方法で売上・利益を着実に増やしていく。
特に「無印良品」とのコラボ商品や、「婦人画報」での販売など店舗以外での売上実績も作る。
地元のイベントでも店舗リブランディングを通して出店依頼が増えており、リブランディングを行ったことによる影響はかなり大きい。
直近では金沢の近江町市場の出店や自社の名前の付いた「NIJURO牛」の販売などを行うことで地元商圏での認知拡大も同時に行っている。

店舗で売上を最大化しつつ、
通信販売やイベントでも
世界観を訴求