

講座	セミナー内容	
第1講座	今注目の既存店にスイーツ業態を付加する、マルチブランド展開とは カフェや飲食店など既存の店舗に「物販可能なスイーツ業態」を付加するための船井流ビジネスモデルをご紹介します。低投資・少人数・職人不要でスタートでき、地域性を掛け合わせたオリジナルブランドを開発いただけます。こちらの講座では、菓子業界の市場性とビジネスモデルの概要をお話いたします。 株式会社船井総合研究所 リーダー 正村 陸	
特別 ゲスト 講座 第2講座	カフェの新たな収益源!「ドーナツ付加」で驚異の売上3倍を達成した方法 既存カフェに「ドーナツ売り場」を付加することで、驚異の売上3倍UPを達成した「Weeken' Donuts」の成功事例を大公開。初期投資わずか600万円でドーナツ業態の立ち上げを実現した具体的な手法から、グランドオープン初日から行列を作り出した効果的な販促戦略まで、その秘訣を余すところなくお伝えします。さらに、就労支援を取り入れた取り組みもご紹介。「既存の設備や店舗を最大限に活用しながら、新たな商材で集客力を高めたい」とお考えの経営者様必見の講座です。 株式会社トミオ 代表取締役社長 大澤 成行 氏	
第3講座	小規模投資で話題のお店にリニューアルするポイント カフェや飲食店など既存の店舗に「物販可能なスイーツ業態」を付加する上で、ポイントとすべきブランド設計・商品設計・販促計画を中心に具体的な成功ポイントをお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 光永 春華	
第4講座	今注目のスイーツビジネスで成功するためのポイント 新規事業を成功に導くために、経営者が押さえるべきポイントをお伝えします。他の新規事業やFCと比較して、自社ブランドとしてスイーツ事業に取り組むメリットや、一方で失敗事例をお伝えします。 株式会社船井総合研究所 マネージャー 石本 泰崇	

このような方にオススメ

- ☒ 店舗ビジネスを行っており、**集客のフックとなる事業**をお探しの方
- ☒ カフェやレストラン等の飲食事業を運営しており、**既存設備を活用した物販事業の付加**で売上を更に伸ばしていきたい方
- ☒ 職人技術に頼らずに、**アルバイトだけでも運営できる事業**を始めたい方
- ☒ 次の一手として**集客商品を開発**したい方
- ☒ **スモールスタート(小投資)**で創れる**新規事業**をご検討されている方

開催日時

東京会場

2025年

11月13日

木

14:00～17:00 (受付開始:開始時刻30分前～)

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。

お申込み期日

銀行振込み:開催日6日前まで

クレジットカード:開催日4日前まで

※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格

税抜30,000円 (税込33,000円)／一名様

会員価格

税抜24,000円 (税込26,400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。

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

〒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)

お申込み方法

	【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。
	【PCからのお申込み】 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132641 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)の右上検索窓に「132641」をご入力し検索ください。

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※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。



店舗集客を強化する!

スイーツ

ブランド付加

名物スイーツ開発で売上3倍を狙う!

職人不要
PA3名で運営可

既存設備
利用可

低投資
1,000万円以下で開業可

事例紹介		投資 600万円
事例①	千葉市で展開する街のカフェにドーナツの物販を付加して	月商200万円▶600万円
事例②	愛知県のカフェでバウムクーヘン専門ブランドを付加して	月商+300万円
事例③	栃木県の和菓子店がチョコレート専門ブランドを付加し	新客層付加
ゲスト講師		

株式会社トミオ
代表取締役社長
大澤 成行 氏

特別
ゲスト
講座




住宅事業を主軸とする同社が運営するカフェ内に、ドーナツの専門ブランド“Weeken' Donuts”を25年4月に立ち上げ、物販&イトインで展開。最高月商約600万円を達成し、月間400万円の売上UP、1,000名超の追加集客に成功。

主催

店舗にスイーツ物販事業付加での業績UP事例公開セミナー

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 〒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No. S132641

お問い合わせNo. S132641

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[\[www.funaisoken.co.jp\]](http://www.funaisoken.co.jp)右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

既存店舗の中に**物販スペース**を設けて**スイーツ**を販売 新たな**利用動機**を獲得して**集客&売上UP**できる**インショップモデル**

～独自のスイーツブランドを開発し、採用やブランド力の向上にも繋がる～

事例公開

月商200万円のカフェの売上が **1.5～MAX3倍に!!**

スイーツ物販付加で話題性、集客、売上UP!

Weeken' Donuts@トミオヴィレッジ高品(千葉県千葉市)

株式会社トミオでは、「私らしい暮らしかた体験」をコンセプトに、注文住宅、リノベーション、インテリアショップ、カフェレストラン、コーヒースタンド、ヘアサロン、こども写真館、フラワーショップなど様々なコンテンツをトミオヴィレッジ高品という複合施設内に展開しています。2025年4月、その中のカフェ内にドーナツ専門ブランドであるWeeken' Donutsをオープン。日々10種類程度のドーナツを製造・販売し、カフェに新たな需要を生み出しました。

	BEFORE	AFTER	
店内			カフェ店内では物販商品は以前から販売されていたものの、しっかりと目立って役割を持っていた訳ではありませんでした。スイーツ売場としてショーケースを導入し、作ったドーナツをきれいに並べて販売する形に改良しました。
店外			物販用のブランドですがきちんとロゴを作り、カフェの軒先にブランド名を掲示。商品のイメージやラインアップが伝わるよう写真付きのターポリン幕も設置しました。

物販ブランドとしてのスイーツ専門店立上げにあたってのポイント

POINT1 とりあえず置く、ではなく一つの店舗のように

以前から物販はカフェ内で行っていたものの、売上への貢献はほぼなかった状態でした。その反省を活かし、まるで一つの新しい店舗を作るかのように準備を行い、ロゴ製作にHP製作、専用のパッケージ開発などを行うことで、ブランドを確立できるように取り組みました。



POINT2 自社でやる意味を考える

単に何でもよいからスイーツを売る、というのでは売れ続けることはできません。千葉市やトミオヴィレッジらしさは?にこだわって出てきたのが、ドーナツだったのです。



POINT3 メディアやインフルエンサーの力を活用

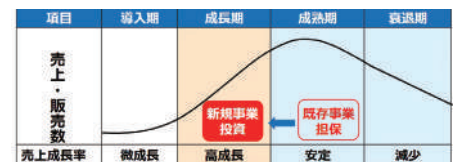
船井総合研究所のコンサルタントから、販促の重要性、特に昨今ではメディアやインフルエンサーに取り上げてもらえるよう、能動的にアプローチできる手法があると聞き、実践し、オープン時には多数の媒体に取り上げられました。

カフェ・レストラン付帯の インショップモデル展開によるメリット

1 初期投資を抑えて時流商品を展開することで新しい業態を付加できる

通常、飲食店、カフェ・レストランや、お土産店等を展開する場合、新店舗の立上げには建築費の高騰に始まり、各種コストが非常に高くなってしまっているのが現状です。すぐに数千万円に膨れてしまう初期投資をできるだけ抑え、新たな取り組みを行うためには、インショップ型の展開がお勧めです。実際、事例企業のトミオ様では**約600万円の投資**でスタートできています。

また、飲食業界のような成熟産業ではライフサイクルが早く、どんどん新しい流行りものが出てくる(そして廃れていく)ことが繰り返されます。そのため、初期投資を抑えた上で時流に乗った商品や業態を展開するためのスピード感においても、インショップ型の展開が合っているといえます。



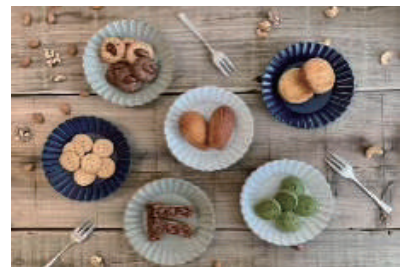
2 新しい来店動機をつくることできる

飲食事業は席数やその稼働率、回転数で売上が決まりますが、物販事業においては席数における売上の天井はありません。また、特にスイーツについては、自分で食べるという需要については勿論、ちょっとしたお持たせやプチギフト、季節のご挨拶といった様々な「**他者に渡す**」という**需要**も満たすことができるため、お客様のニーズに応えやすくなるという点で集客効果を高めることができます。



3 スイーツ、特に焼き菓子は高粗利率(60～70%以上)で高生産性、職人も不要

スイーツ・お菓子というと、菓子職人が必要と思われる方も少なくありません。しかし実態は製造工程の中で機械化されている部分が多いため、**誰でもムラなく効率よく**作ることができます。そのため特に菓子製造に携わったことのない方にも、研修さえきちんと受けていただければ、しっかりとおいしいスイーツを作ることができます。また機械化により効率よく作れるため、原料は美味しいものや地場のものにこだわりながら、**粗利率も60～70%以上を確保**することができ、収益性にも優れています。トミオ様のケースでは、菓子職人はおらず、ドーナツの製造工程の一部は就労支援の利用者の方にいただいています。



4 EC販売、卸販売、イベント出店など多チャネルでの販売も可能

スイーツ物販と飲食事業の最も大きな違いは、製造した商品をECで販売したり、百貨店やショッピングモール、道の駅など様々な場所に卸したりイベント的に出店したりすることができる点です。これにより、元々の店舗だけでなく、**多チャネルに販路を広げていく**ことが可能になり、それだけ売上の拡大を見込むことができるようになります。そしてそれらの取り組みでブランド認知度が拡大すれば、更に**店舗の集客が加速**していくという相乗効果が生まれます。話題の商品、話題のお店、という評判は自社の**ブランド力や採用力の向上**にも繋がります。