

日本の伝統を継承し、日本の食を偉くする！

日本の伝統食品の  
経営者・経営幹部に  
聞いていただきたい  
セミナーです！

## 開催日時&場所

日時

2024年1月22日(月)  
13:30~16:30

場所

AP東京八重洲

### 対象業種

味噌・醤油・漬物・豆腐  
茶・酒・佃煮  
その他日本の伝統食品

自社のブランド発信拠点を創りたい！

リアル店舗を強化したい！

とお考えをお持ちの企業経営者・経営幹部にご参加  
いただきたい内容です。

- 自社のブランドを強くし、発信力を高めたい。
- 新しい客層を取り込みたい。
- 自社のファン客・生涯顧客を創りたい。
- 自社ギフトを開発し、粗利率を高めたい。
- 地域の憧れのブランド・店舗を創りたい。

# 食の専門店

# セミナー



株式会社S・Yワークス

担当：葛西・福地

〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町一丁目2-25 仙台NSビル8F

SYW

検索

TEL:022-722-2007(平日9:00~17:30)/FAX:022-722-1770 URL:https://syw.jp/

# 日本の食文化を**継承**し、その**深さ**を**表現**し、

Covid-19下において、お客様の買物行動が変化し、EC市場や宅配需要が大きく伸びました。その一方、店舗の存在意義も大きく進化し、店舗で過ごす時間の価値をいかに高めていき、店舗というブランド発信拠点の存在が通販や卸販路への相乗効果に繋げることが、これからも重要な経営戦略となります。

## 課題① 日本を取り巻く、未だ不透明な経済環境

人口減少 超高齢化	・ローカル商圏の消失 ・人財難	◎人財が育つ環境はあるか？ ◎生涯顧客を創っているか？ ◎お客様の希いを叶えているか？
無縁社会の 進行	・日本文化の喪失 ・情緒の希薄化	◎日本の文化を継承しているか？ ◎日本人の情緒・美意識を持っているか？
物価・コスト の上昇	・インフレ ・買い控え	◎値上げをしても買い支えてくれるお客様がいるか？ ◎コスト上昇分を吸収できる付加価値を創れているか？

## 課題② 商品価格の値上げも納得できる付加価値

食品の値上げは2023年に3万品目を超え、この30年間で最大級の値上げラッシュになりました。

中期的な価格上昇が続く中、お客様との信頼関係を構築する施策を考えなければなりません。そのために

「店舗で過ごす時間の最上質化」「顧客接点の付加価値化」

を販売現場でどう表現するか？それが今問われています。

2020年時を100とした時の  
原材料費、個包装資材費の上昇率

■2020年：100

■2022年：115～120%

■2024年：135～140%

(※原材料問屋様のヒアリングより)

自社の哲学をリアルな店舗(拠点)から発信し、その存在が、  
通販・卸販路にも相乗効果を生み出し、真の顧客を創造する。

顧客接点を高める

付加価値を創る人財の存在



作り手の思いを感じて頂く

作り手の苦勞を伝え、商品のことをより理解していただく機会を作る



その土地が持つ場力

自然環境が最大の集客要素となる



買う

お客様の希いを  
引き出す  
販売対応

作り手の思いを  
感じて頂く  
体験する

良い記憶を  
創る場(店舗)

地域の人たちが集う  
交流する

滞留する

目的来店性を高める  
店舗機能と周辺環境

店舗のコミュニティ化と

顧客交流イベントを

店舗は地域の人たちが集い、  
交流するコミュニティ化が進み、  
店舗の顧客交流機能が必要



滞留機能の必要性

飲食やカフェといった滞留機能が  
顧客の来店エリアを広げる



これからの店舗は、お客様に良い記憶を創ることが存在意義となる。

# 「食」の最強ブランドを創造する！

## 提言：リアルな店舗だからできる新しい需要と顧客の創造

新しい客層の取り込み

家庭内占有率のアップ

生涯顧客の創造

目的来店性の高い店舗とその機能

全需要動機に対応した商品展開

上得意客の創造と顧客名簿収集

新しい客層を取り込む商品開発

ギフトブランドの確立

お客様との接点の付加価値化

## 食の最強ブランドを創る、小さな専門店の開発

### 事例1：味噌製造メーカー

人口3万人のまちの老舗の味噌製造元  
地元向け8坪の工場売店を改装拡大。  
→売上が約2倍、新しい若い客層を獲得

- ①売場の改装～専門店化
- ②休憩スペースと工房で11坪拡大
- ③麴と甘酒をベースとした新商品を開発
  - 1)菓子～糰プリン、パウンドケーキ
  - 2)惣菜～肉まん、麴漬けの魚と肉
  - 3)塩麴ソフトクリーム



### 事例2：日本酒メーカー

日本酒メーカー、八海醸造の別ブランド  
「米、糰、発酵」をテーマに魚沼の豊かな食と文化を伝える店舗

甘酒を主力商品として、様々なオリジナルの発酵食品を展開。  
食の提案やお酒とのペアリングを提案。  
お客様が参加し、学ぶ、ワークショップも行っている。



### 事例3：珍味製造メーカー

ふぐの加工、珍味の製造問屋が直売店を開発、時流と主に進化発展。  
人口3.4万人のまちの繁盛店。  
観光地に別ブランドで店舗を展開し、これも成功を収めている

目的来店性のある店舗を開発。  
コロナ禍において、カフェスペースを増築し、新規顧客を獲得し、売上増を実現している



時間	講座内容
第1講座 13:30～14:40	～店舗開発編～ 「これからの“食”の専門店のあり方」 ・店舗とは、自社の理念や哲学をお客様に感じて頂くショールームである。 ・“食”の専門店が展開すべき店舗機能とその活用法 ・全国に見る、食の繁盛店・業態の事例紹介と検証
第2講座 14:50～15:30	～商品政策編～ 「お客様の全購入動機に対応した商品開発と展開策」 ・自家消費需要とギフト需要に対応した商品展開策 ・お客様のライフスタイルの合わせた商品企画とカスタマイズ商品の展開
第3講座 15:35～16:30	～人財育成編～ 「顧客接点を高める人財を育てる社風づくり」 ・店舗で過ごすお客様の時間を最上質化する ・お客様との関係性を強化できる人財の存在が、これからの差別化要素となる。 ・美意識のある人財が育つ社風を創造する
セミナー終了後 (16:30～17:00)	個別経営相談会 ～ご希望者の方は事前にお申し付けください（1社15分程度）

## 百年企業を創る

経営の目的は永続にあります。

私たちは百年続く企業を創る

お手伝いをすることを誇りにします。

そのために、企業の理念、理想の在り方を

皆様と共に追求し、国、地域、そして

お客様にとって何ものにも代え難い存在と

なることを共に目指します。

そんなお手伝いを、志高く、

どんな時でも、全てに優先いたします。

■社名：株式会社 S・Yワークス(Success・Yell Works)

■所在地：宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25 仙台NSビル8F

■代表者：佐藤 芳直

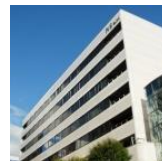
■資本金：1億円

■設立日：平成18年4月1日

■営業開始日：平成18年4月3日

■社員数：26名(2023年10月現在)

■URL：<http://www.syw.jp/>



## 講師紹介



食品業界や観光業、サービス業をはじめとし、様々な業種・テーマのコンサルティングを行い、企業の業績向上に取り組んでいる。企業の一体化のコンサルティングも多く、経営理念&ビジョンをベースとした研修や、メイクベター研修を行い、社員幸福の実現をテーマとした研修を行っている。

株式会社 S・Yワークス

常務取締役 経営コンサルタント 葛西 孝太郎



2006年4月、(株)S・Yワークスの創業と同時に入社。“食”の業界、観光業の経営のアドバイスおよび現場の業績向上コンサルティングを行う。女性の視点から見た業態開発・商品開発・地域一番店づくりを得意とする。また、企業品質を高めるためのリーダー育成研修を多く手掛けている。

株式会社 S・Yワークス

執行役員 経営コンサルタント 福地千里

## 開催要項

日時 : 2024年1月22日(月) 13:30~16:30 (受付 13:15~)

会場 : AP東京八重洲 (東京都中央区京橋1-10-7 KPP八重洲ビル7F)

ご参加料: お一人様:27,500円(税込)

## 注意事項

①お申込が必要人数に達しない場合、セミナーを中止させて頂く場合がございます。

その場合のご連絡は、1月12日(金)までにいたします。

②ご参加をキャンセルされる場合は、1月15日(月)までにご連絡ください。

それ以降のお取り消しは参加料金50%、当日のキャンセルおよび欠席の場合は参加料金の100%がキャンセル料となりますのでご注意ください。

## お振込先

みずほ銀行 仙台支店 (店番号:723) 普通4326931

口座名義:株式会社S・Yワークス (カブシキガイシャ エスワイワークス)

※お振込み手数料はご負担願います。

お振込名義の後にセミナーコード(27315)をご記入ください。