

東京 2018年5月
大阪 同時開講!

「主食系」を強化していききたい惣菜部門のバイヤー・担当者皆様へ

粗利5割・構成比5割を目指す!

弁当

丼

寿司

惣菜の主食強化セミナー

このような課題を持つ惣菜部門の方にお勧めのセミナーです!

- ❑ ライバル (SM・コンビニ) との差別化が難しいと思っている。
- ❑ 商品化がマンネリ化しており、新規開発が進んでいない。
- ❑ どうも時代に取り遅れているように感じる。
- ❑ いまだに価格競争に陥っている。
- ❑ 忙しい割に儲かっていない。
- ❑ 自社の強みが生かせていない気がする。
- ❑ 目先は忙しいが、このままではまずいと感じている。

これらの課題が1つでも「当てはまっている…」と感じた経営者の方は中面をご覧ください!!

今、ニーズの高い主食系を徹底的に学ぶ全8回講座!!

講師



TBS「ひるおび」・テレビ朝日「Jチャンネル」にカリマス惣菜コンサルタントとして出演!

成田廣文 有限会社ナリタヤ代表取締役

大学卒業後、アメリカを視察。コンビニストアという業態を知り感動する。1974年実家の鮮魚店を食品スーパーに業態変更して開店。77年食品スーパーの売上が半減、利益確保の手段としておにぎり、サンドイッチなどから惣菜の販売を開始。89年全国スーパーなどから、問合せが殺到。コンサルタント業務を開始。94年成田惣菜研究所を設立。顧客企業はスーパーなど全国800社に上る。高齢社会が進行し一人暮らしのお年寄りが増加、又、有職主婦が増加傾向にある中、ひとりひとりに合った商品づくりが、これからの時代が求める「お惣菜」だと確信。自らも惣菜店を運営するかたわら、惣菜コンサルタントとして地方を飛び回っている。成田惣菜研究所においての基本は『手づくり』。自営業者としての生き残り策の模索が、結果的に他にない実践的な惣菜ノウハウにつながり、今や、「日本一の惣菜コンサルタント」として時代に求められている。

最も差別化できて、最も看板化できて、最も利益が出るカテゴリー 弁当・丼・寿司に注力すれば業績UPできます！！

今、「主食系」に“絶対取り組むべき”3つの理由

理由
1

弁当は全国的に2ケタ近い伸びを出している！
弁当の売れ行きで店の人気が決まる！

惣菜市場は急拡大！惣菜（中食）需要がさらに高まる



惣菜（中食）の内訳は…

2011年を100とした場合	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
調理食品（惣菜計）		102.6%	103.0%	106.0%	110.5%	116.1%
主食的調理食品（弁当・寿司）	100	102.2%	103.8%	105.5%	110.2%	116.1%
弁当	100	103.8%	103.7%	101.6%	104.7%	111.7%
すし(弁当)	100	98.9%	100.0%	102.8%	107.2%	109.7%
おにぎり・その他	100	101.7%	104.4%	107.8%	117.2%	119.2%
調理パン	100	104.8%	107.8%	120.2%	125.4%	133.3%
他の主食的調理食品	100	103.2%	106.7%	107.4%	112.5%	121.7%

弁当・寿司といった主食系は今2ケタ近い伸びを見せている。特に弁当は、週末や祝日の売上が顕著であり、平日の昼食の売上も徐々に伸びている。従って、弁当の売れ行きでその店の人気が決まるといっても過言ではない。弁当の強化でライバル企業（特にコンビニ）との差別化を実現することができる。

理由
2

「回転寿司チェーン」は絶好調！
「寿司」カテゴリーの強化は
優良顧客・成長市場に
アプローチできる！

回転寿司業界は10年で1.5倍の売上増加

外食産業統計	実数（億円）		
	2014年	2015年	2016年
食堂・レストラン	94,348	97,986	99,039
そば・うどん店	11,696	12,373	12,397
寿司店	13,916	14,394	15,028
その他	12,244	11,572	12,303

外食の「回転寿司チェーン」は絶好調。なのにSMの「生寿司」・「握り寿司」の売上・利益が思わしくない。今一度「寿司」を見直す時がきている。これまで通り「冷凍ネタ」で「ローコスト化」した寿司では外食ニーズを取り込むことはできません。SMも本格的に寿司カテゴリーに取り組むときが来たのです。

「寿司」や「中華」といった「外食ニーズ」が高まっている。しかし、「消費不況」ということを考えればSMには大きなチャンスがあると捉えるべき！

理由
3

398円弁当から500円弁当へ
「看板商品化」で単価UP！
人件費高騰問題も解決！
ライバル企業との差別化も実現！



398円弁当が蔓延するSM。しかし、それでは同質化してしまう。「商品化力」や「本物の美味しさ」により、価値の最大化をしていき、単価アップ・利益アップしていく。それに気づき、着手した企業が売上も利益も上げています。「商品力」を高めることが、ライバル企業と差別化となるのです。また、高騰している人件費の問題を解決するには単価アップは必要不可欠です。

本講座のポイント

ポイント①

時期によって選択・構築する
商品開発の基礎～応用を学ぶ！

日本人の春夏秋冬の季節感覚が商品構成に横串が刺さっていることが重要です。では、その季節感をいかに出すのか？といった基本的なことから、自店で作る商品と外部から調達する商品を、様々な条件に合わせて変えていく考え方で、惣菜部門の競争力を高めていく基礎～応用を解説・実演いたします。

ポイント②

参加企業の「実践報告」共有や
「実演」で成長スピードUP！

第2回目からは、学んだことを自社で実践した結果を発表していただく「実践報告」では、各企業の事例を知ることができるため、加速度的に成長することができます。また、成田廣文先生の指導の元で行う「実演」では、参加者自らの手で行っていただくため、より実践的に学ぶことができ、自社に帰ってすぐに実践することができます。

ポイント③

有名企業の店舗視察で
売場づくりも学ぶ！

いくつ良い商品があっても売場作りができていなければ意味がありません。本講座では、有名企業（SM・百貨店など）の店舗視察も数回行います。繁盛店には繁盛している理由があります。売場のレイアウトや陳列技術、棚割り、コーナー作りなどを実際に見て学びます。

■セミナー1日の流れ（※予定）

時 間	内 容
10:00	実践報告（第2回目より） 各企業2～3分間、前回の講座受講後の実践結果の発表を行います。参加された企業同士の“情報の共有化”ができるようになっていきます。他社の進捗状況をチェックでき、自社ではわからないことや、自社では気づかないことにも気づくことができます。 座学セミナー ※店舗視察（1～2回） 最新の考え方と、お客様の中にある潜在的なトレンドと合わせた「戦略」を伝授します。 「考え方を変わると大きなマーケットや仕組みづくりができる」ということを学んでいただきます。 質問コーナー 本講座では、各講座当日までに皆様から質問・疑問を伺います。 成田先生からそれらの質問・疑問に対して解決策・アドバイスを100%お伝えします。
16:20	実演セミナー 本講座最大の特徴は、参加者全員に実際の素材と実機を使用して商品化を自らの手で仕越し～盛り付けまで行っていただくことです。 もちろん何度でも失敗していただいて構いません。 その都度、成田先生にどんどん質問することで、看板化商品の考え方や差別化できる商品化の考え方を自分の物にすることができます。 ※毎回10アイテム以上の商品化を行うため、本講座では作業時間の都合上、昼食時間は設けておりません。 自社での商品開発にもお役立てしていただくために、全ての完成品の試食を行っていただきますので、そちらを昼食代わりとするようお願いしております。 あらかじめご了承ください。



第2回目からは参加企業全社の取組事例を発表する「実践報告」の時間があります。



惣菜トレンドや考え方を学ぶ座学に加え、毎回皆様からの現場での疑問・質問に100%お答えします。



参加者全員に実際に商品を作っていただきます。「見る」だけでは学べない商品化がみるみる自分の物になります。

■全8回セミナーの内容（※予定）

	テーマ	セミナー内容
第1回 (5月開催)	弁当・丼	・“売れて儲かる”「夏メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第2回 (6月開催)	寿司	・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「夏メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第3回 (7月開催)	弁当・丼	・優良企業の店舗視察 ・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「秋メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第4回 (9月開催)	寿司	・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「秋メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第5回 (10月開催)	弁当・丼	・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「冬（クリスマス・年末）メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第6回 (11月開催)	寿司	・優良企業の店舗視察 ・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「冬（クリスマス・年末）メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第7回 (1月開催)	弁当・丼	・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「春（ひなまつりなど）メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり
第8回 (3月開催)	寿司	・前回のセミナー後、実践した実践報告 ・“売れて儲かる”「春（ひなまつりなど）メニュー」の商品提案 ・差別化できる「看板商品」づくり

開催要綱

1. 形態 会員制
2. 開催回数 年間 8 回
3. 対象 スーパーマーケットの経営幹部、惣菜バイヤー、チーフ、惣菜担当者
4. 時間 午前 10 時 ～ 午後 4 時 20 分

5. 開催日程

●東京会場

2018年		
第1回	5月10日	第5回 10月4日
第2回	6月7日	第6回 12月6日
第3回	7月12日	2019年
第4回	9月20日	第7回 1月10日
		第8回 3月7日

●大阪会場

2018年		
第1回	5月17日	第5回 10月18日
第2回	6月21日	第6回 12月13日
第3回	7月19日	2019年
第4回	9月13日	第7回 1月17日
		第8回 3月14日

6. 開催場所(※予定)

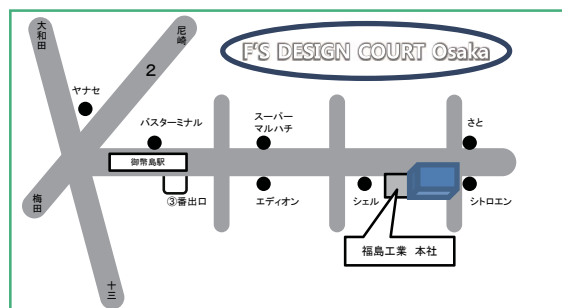
●東京会場



福島工業株式会社
東京ショールーム F'S DESIGN COURT Tokyo
〒111-0052 東京都台東区柳橋 2-17-4

<アクセス> JR 浅草橋駅東口より徒歩約 5 分
都営浅草線 浅草橋駅 A6 出口より徒歩約 3 分

●大阪会場



福島工業株式会社
大阪ショールーム F'S DESIGN COURT Osaka
〒555-0012 大阪府大阪市西淀川区御幣島 3-16-11

<アクセス> JR 御幣島駅 3 番出口より徒歩約 10 分

7. 費用

①年会費

6 万円 / 回 (全8回48万円)
※1社から4名まで参加できます
追加1名毎 15,000 円 / 回

②支払い方法

- (1) 一括払い (前払い) 又は各回払いとなります
- (2) 消費税は別途頂戴いたします
- (3) 会場費、材料費、テキスト代、
その他資料は全て込みの金額です

8. その他 ①人数内であれば毎月違う方が参加しても良い。
②5名以上での参加をご希望の方は各回毎、事前にご連絡ください。

**参加申込の企業様は
申込用紙にご記入の上弊社まで
FAX をご送付下さい。**

お問い合わせ：商人ねっと株式会社
セミナー運営事務局
TEL : 03-5565-0180 FAX : 03-3543-3776
担当：須田