

船井(上海)商務信息咨询有限公司

上海から未来をプロデュース

船井総研の企業成長のための経営法は日本以外でも通用するとの確信のもと、外食業界を皮切りに、中国企業を対象に経営研究会を軸としたコンサルティングを展開しています

事業分野

- 中国外食業界向け経営コンサルティング
- 外食業界向け経営研究会の開催
- クロスボーダーコンサルティング
(日系飲食企業の中国事業展開サポート)
(日系飲食企業のM&A・事業提携サポート)



事業の特徴と強み

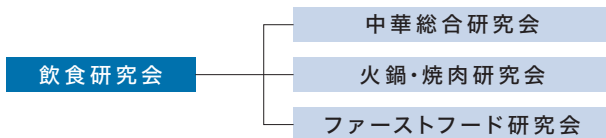
当社が開催する中国外食業界向け経営研究会は、業態ごとに「中華総合」「火鍋・焼肉」「ファーストフード」と専門特化している点に特徴があり、成熟化に向かう中国成長市場において、多様化する顧客のニーズに応え会社間競争に勝つための旬な情報—それらを会員様同士が交換し合い学び合う「専門特化された場」を提供しています。

経営研究会をメインプラットフォームとしながら、さらにQSC改善や中国版口コミサイトの評価分析、出店拡大支援といった、会員企業との個別の契約「月次型支援」の契約が拡大中であり、船井流の経営法をローカライズした船井上海のコンサルティングブランドが着実に中国市場でも浸透し始めています。

船井上海が得意とする領域

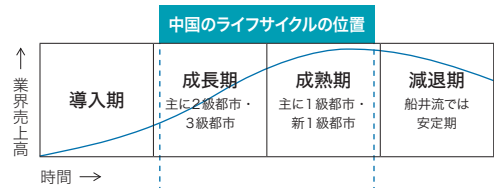
- ・専門性を追求した成長実行支援 「出店拡大支援・不採算店の回復軌道支援」
- ・業態特化型 経営研究会とQSC改善

● 従来の総合型より、専門特化された船井上海の経営研究会



成熟化に向かう中国でより専門特化を進め船井ブランドを確立する

● プロダクトライフサイクルの各段階の特徴



	導入期	成長期 主に2級都市・3級都市	成熟期 主に1級都市・新1級都市	減退期 船井流では安定期
売上高	低い	急成長	低成長	低下
利益	マイナス	ピークに達する	低下へ	低下
キャッシュフロー	マイナス	プラスへ	プラス	マイナスへ
競合企業	ほとんどなし	増加	多い	減少
マーケティング目標	市場拡大	市場浸透	シェア維持	生産性の確保
マーケティングの重点	製品認知	ブランド	ブランド・ロイヤリティ	製品・顧客の選択
ターゲット	改革者	大衆	大衆	保守的顧客

中国は市、省ごとにライフサイクルが違う

今後の取り組み

成長機会	戦略(打ち手)
中国外食業界の市場規模拡大、食生活の多様化	飲食業向け経営研究会を細分化・業態別に専門特化
中国外食ニーズの多様化と、都市部・若年層の外食率の高まり	中国版口コミサイトの評価分析と対策、ミレニアル世代など多様化する生活者のニーズに合致した新しい店舗フォーマットの開発
中国の少子高齢化、要介護高齢者の増加	外食業界に続く、医療・介護分野コンサルティングの検証開始