

もっとインターネット通販を伸ばしたい！  
前向きな経営者様限定

3社  
限定

月商3,000万未満売上停滞？

どうして伸び悩んでいるのか？

昨対130%以上で伸びるEC企業の秘密

具体的なマーケティングから  
マネジメント・人材育成まで一挙公開

業界No.1・年商5億円以上を  
確実に達成する戦略

今企業に必要な施策は何か？伸びている企業との差、  
どうすれば良いのかを具体的にお伝えします

対象ジャンル

インテリア、DIY、アウトドア、アパレル、雑貨、キッズ・ベビー、マタニティ、  
スポーツ、おもちゃ、嗜好品、カー用品、ニッチジャンル、日用品 等

業界No.1の企業71社以上の経営者様と共に切磋琢磨したからお伝えできること  
インターネット通販で業界NO.1を達成するための完全個別コンサルティング

主催



TRUE  
CONSULTING

トゥルーコンサルティング株式会社

〒100-0005 東京都新宿区西五軒町6-10 神楽坂 秋山ビル5F

■申し込み・内容に関するお問い合わせ：中山 2016年3月開催

TEL：03-3260-5011

(平日9:30~19:00)

FAX：03-5539-3933

(年中無休)

トゥルーコンサルティング  
オフィシャルホームページ

<http://www.top1-consulting.com/lp>

## 業界No.1、年商5億円以上を目指すECサクセスモデル

# 確実に年商5億円以上を達成するノウハウとは？

近年通販市場は、市場の伸びに対して競合他社が圧倒的に増えている関係から以前のように昨年対比150%以上の伸びを見せる会社は確実に減っております。

今まで順調に伸びていた企業もこのような状況では、一般的に大きな売上増は見込めず今後の経営方針・事業ビジョンを見失いがちです。

増税後の1・2年間、経営相談にいらっしゃる企業様の中身を見ると、下記が主に該当しているのと、売上利益が上がらない要因は業界特性・競合環境・企業体質によって様々になってきました。



今まで私も3桁以上の会社様をコンサルティングしてきましたが、  
通販事業で年商2億円以上の実績がある企業&事業母体が10億円以上の企業は  
上記部分を正しい方向性で改善すれば確実に売上は上がっていくかと思えます。

通販業界は競争が激化しており、以前のように参入すれば簡単に売上が伸びる時代は過ぎ去りました。強く正しい方向性で投資・運営をしない限り、売上アップ、増益、投資回収には相当な時間がかかってしまい、事業として成り立たなくなるかと思えます。

結論として、現状私が得意としているインターネット販売では、扱う商品  
カテゴリで業界No.1を達成＝年商5億円以上を将来的に目指さない限り  
いずれ事業として衰退していきます。

このDMをお送りさせて頂いてる企業にとっては、年商5億円以上の  
ビジネスが成り立てば、企業の柱として大変魅力的なはずです。

※今回のDMは、この企業様ならという企業様のみにお送りしておりますので是非お読み頂ければ幸いです。

# 業界No.1達成時のサクセスモデル

## 数値目標、投資イメージ

業界No.1 年商10億円を達成した際の数値目標はこのような形です。  
品揃え型、メーカー型で数値構造が違いますが  
それなりの投資をしても、利益額がしっかり積み重ねるのがポイントです。

### 品揃え型

売上	100%
原価	70.0%
広告費	2.0%
人件費	7.0%
システム	0.5%
物流費	5.0%
決済手数料	4.0%
その他	4.0%
営業利益	7%

営業利益額 70,000,000

### メーカー型

売上	100%
原価	45.0%
広告費	20.0%
人件費	7.0%
システム	0.5%
物流費	5.0%
決済手数料	4.0%
その他	4.0%
営業利益	15%

営業利益額 150,000,000

いかがでしょうか？  
とても魅力ある数字だと思います。

「次のページに事例」をお出ししますが、我々の実績でも  
年商2億の時からお付き合いが始まり、業界No.1(年商10億円以上)を  
達成したお客様がいらっしゃいます。

2008年から勝ち残るインターネット通販事業のあるべき姿を模索し、  
2014年12月に遂に年間10億達成しました！

インターネット通販は、企業の資産を全国のお客様に届けることができ、  
今までの事業の延長で事業拡大ができる唯一のモデルです。

# No.1 事例

## DIY系商品で年商2億→10億円！

### たった6年で+8億円を叩き出した方法とは！！

#### 事業拡大のポイント

1. 店舗別の集客施策の徹底
2. サイト構成の徹底強化
3. 店長・社員のマネジメント

#### 主な投資

1. サイト制作費：基本内製化  
(自社サイト、楽天、ヤフーショッピング)
2. システム投資：月額7万円(初期)  
⇒その後月額10万円
3. 広告費：初期売上の5%  
⇒その後売上の1~3%

S様は2008年に既に月商2,000万という売上がございました。

月商1,500万円から売上が少しずつ停滞してきたため、今後何をすれば売上が上がるのかわからないとのことでした。

当時は楽天・ヤフーショッピング・自社サイトをすでに持っていたため、競合店7店舗を調査をした上で各店舗の強化を実施しました。

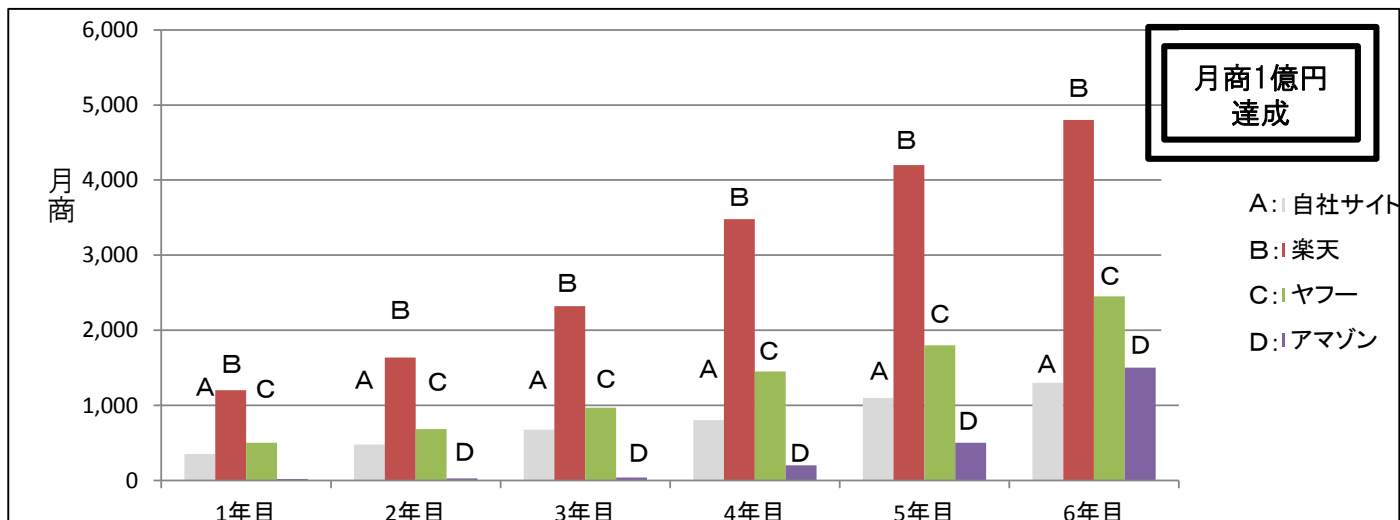
調査結果により、この企業が強化すべき項目は、優先順に下記になりました。

- ①各店舗ごとに集客できる仕組み  
(立地NO. 1)ができていないか？
- ②商品構成が市場でダントツか？
- ③お客さんが最も選びやすいサイト構成か？

①は例えば、各モールで「機械」で調べたときに自社の商品が検索上位を独占することを指します。②は各カテゴリ別にお客様が求める商品やラインナップを圧倒的に持っていること、③はお客さんが買いやすい売場作り、つまりインターネット上のお客さんへ対する接客力の高さです。

それぞれの対策をしっかりと実践した結果、売上は順調に伸びていきました。

何を具体的にしたのか、各実施事項を項目別に解説いたします。



# No.1 事例

## 10億円達成のために実施したこと

### 「立地NO. 1」×「商品構成NO. 1」

#### 1. 各店舗で立地NO. 1

ネット上の立地選定には大きく分けてショッピングモールと自社のサイトがあります。ショッピングモールは楽天やヤフーショッピング、自社のサイトは自分たちのドメインサイトになります。基本的には、マーケットが大きいチャネルである自社サイト・楽天・ヤフーショッピング・アマゾンに順々に出店していきました。楽天には、楽天の売上の上げ方があり、自社サイトには自社サイトの売上の作り方があります。また、各チャネルごとに売れる商品が違うためそれぞれに合った対策を競合の状況を見ながらしっかりと対策しました。さらに言えばそれらのチャネルごとに、商品が売れるように検索やランキングで1位に表示される仕組みを作りました。

#### 2. 商品構成の見直し

商品点数が多い企業が通販で勝つために重要な要素として、商品構成が上げられます。実際に取り組んだことは、「競合と自社のMDの徹底比較」、「通販で売れやすい商品の強化」、「自社PBの開発」です。商品構成で特に重要なのは、勝てる分野でシェアNO.1を1つずつ強化していくことです。お客様は何かでNO.1の店舗に好んで来店するので、競合のアイテム数、機能、価格、購買頻度等を徹底的に調べ、自社が勝てるカテゴリを見つけその分野では絶対NO.1になるのです。今では、ネット上で売れる商品を把握しているので、海外で自社商品を作り収益性をさらに高める動きをとっております。

##### ブランド商品強化→

- ・商品カテゴリ別のアイテム数の把握
- ・主力商品の在庫・価格徹底チェック

##### PB商品開発→

- ・価格帯別の機能・デザイン価値のNO. 1化

結果としてお客様の購入率(転換率)は、平均0.7%から1.5%に上がりました。単価10万円以上の高額品を多く扱っているため、この数字は業界でもNO. 1だと思います。

# No.1 事例

## 10億円達成のために実施したこと

### 「サイト構成NO.1」×「サービスNO.1」

#### 3. サイト構成の徹底強化(売場作り)

ブランド商品は競合と価格勝負になってしまうことが懸念点としてあり、実はこの業界もそうでした。商品価格で勝てない場合は、徹底した売場力を強化するしかありません。S社様で取り組んだことは、下記の通りです。

##### ①商品カテゴリの明確化

お客さんが選ぶ基準になるものは何なのか(色、デザイン、機能等)? 自社が売りたい商品は何なのか? それをどうすればサイト上に表現できるのかを考え、競合を越える業界NO.1の独自のページ構成に変更

##### ②商品集客力の強化

価格競争では競合を圧倒できない代わりに、それ以外で競合を圧倒できるよう自社の送料や配送設定、商品のアフターサービス、購入特典を徹底的に見直し、サイトに表現しました

#### 4. 業界NO.1の商品ページ

インターネット通販では、1クリックあれば競合店の商品を覗けます。限られた予算の中で少しでも良い商品を買おうと思うのがインターネット通販ユーザーです。

今のインターネット通販市場は売れる商品はほとんど検索上位表示・ランキング表示可能なためより売れるようになります。

ですので、もともと売れている商品や売りたい商品ページを業界No.1にもっていくことが非常に重要です。

具体的に商品ページに書かなくてはいけない要素をお客さんが購買するために必要な理由順に「社長や商品知識に優れる方が本気で書く」ことです。写真もその商品が最高に綺麗に写るよう、白抜きの写真ではなく、小物等配置した奥行きある写真をプロレベルのカメラマンに撮影して頂きます。

結果、主力商品ページの転換率は以前の2倍以上になり、よって広告対効果も2倍以上良くなりました。

その企業だからこそその強みを活かして、その商品の魅力を最大限表現してあげることは必ずお客さんの心を掴み、通販モデルを成功へと導きます。

# No.1 事例

## 10億円達成のために実施したこと

### 店長・社員のマネジメント

#### 5. 会社がどんどん成長するマネジメント

1～4番を、競合他社よりも強くするためには、今までと体制ややり方を変えないと「結局やり切れません。」となってしまいます。

下記をしっかりと理解してもらうことが重要ですし、これらを事業部長(店長)や社員を入れて毎月の打ち合わせですり合わせていく必要がございます。

- ・どうすれば自分たちは業界No.1になれるのか
- ・業界No.1になったら何ができるのか、ならないといけない理由は？
- ・そのための各目標・課題は？ ・スケジュールは？
- ・進捗は順調かどうか、それで競合に勝てるのか？

会社によってはもつともつと店長・社員を成長させたいと思う企業様がいるかと思えます。社長が考える会社が伸びる企業様は、もちろん事業部長(店長)や「社員が企業の方向性を理解し、それに向かって一致団結」しなくてははいけません。

この企業様は必要な会議やメールのやり取り等を私どもに共有いただき、やるべきことが合っているかを社長と確認しながら進めさせて頂きました。

結果、今まで社長が独断で動いていたことが事業部長でも動けるようになり、事業部長の仕事を他の社員ができるようになり、事業拡大と今の売上を支えています。

# 低投資&しっかり利益額アップ！！ ネット通販で業績UPのためのコストは？

S社様で実践した、シェアをNO.1をとるための一般的なインターネット通販の費用は下記のような形です。

## ■サイト制作費：

基本的に内製化がベストですが、人手が足りない場合は下記費用がかかります。新しくサイトを立ち上げる場合は70万～100万円、既存店のものを転用する場合は50万円～70万円程度です。

## ■月額ランニングコスト

- ・広告費：初期は売上の5%、その後売上目標の1～3%程
- ・システム使用料金：月額5万円～10万円  
(人件費は含まず)

月額の運営費は、広告費で30万円～40万円と、受注から出荷、そして各ショップの在庫連動が管理できるシステム使用料金で月額5万～10万円です。

運営人数の目安は、月商1,000万円ですら常時4名、3,000万で9名、5,000万で15名程度(アルバイト含む)になります。

年商10億円達成時には、1人あたりの年間売上で5,000万を目指すため人数としては最低で20名程度になります。

今後ネット販売はさらに競争が激化しNO.1を取りづらくなるのは間違いないです。その分野でNO.1を取りたい、企業価値を向上したいと本気でお思いの企業様は是非ご連絡頂ければ幸いです。



### 業界NO.1の通販事業を目指す

インターネット通販で業界NO.1を目指す企業様で特定の商品ジャンルが強い企業様(商社様・小売)向けの個別コンサルティングを実施いたします。

参加して頂く経営者様の満足度を上げるため、本個別コンサルティングは、各会場3社様限定とさせていただきます。

※コンサルタントと1対1で参入から業績UPまでの手法を、御社の事業に合った形でお話・ご提案させていただきます。

本個別コンサルティングで得られるインターネット販売の成功ノウハウは、下記の通りです。

1. 業界No.1(年商10億円)を達成するノウハウ
2. 具体的な事例紹介
3. 業界No.1(年商10億円)を達成するためにやるべきこと(マーケティング&マネジメント)
4. 後発でもインターネット販売で勝つためのポイント
5. ネット販売強化のスケジュールと費用
6. 通販の売上は名簿数で決まる！目標となる名簿数
7. 販売チャネル「自社サイト」、「楽天」、「ヤフーショッピング」、「アマゾン」の概要
8. それぞれのチャネルではシェアNO.1を取り方が違う！
9. ネット上の立地1番とは？そしてその奪取方法
10. シェアNO.1になるためには、競合を圧倒する品揃えが必要である！
11. 徹底した競合調査の手法
12. 購入率3%以上の売れるサイト構成とは
13. 通販で見なくてはいけない数値  
(売上、アクセス数、転換率、客単価、CPO、リピート率、LYV等)
14. シェアNO.1を取るために必要な運営体制とマネジメント
15. 効率的な集客手法と運営方法
16. 通販で最も大事な、固定客化(リピート)に必要なこと
17. 圧倒的に強いサイトを作るために「サテライトサイト」「自社メディア」等を立ち上げる
18. PB開発のポイントと実例

これらは我々が何年もかけてお客様と共に実証してきた成功ノウハウで、上記をしっかりと実践すれば確実に業績UPが可能ははずです。

目まぐるしく変化するインターネット販売の最先端の情報を今回お届けしたいと思っておりますのでどうぞ宜しくお願い申し上げます。

# 現状のヒアリングまで実施！

各会場3社限定

## 特定の商品カテゴリで業界NO.1を目指す個別コンサルティング

最後に、参加条件を書かせて頂ければと思います。

1. 特定の商品ジャンルが強い企業様  
→商品数・価格で勝てる or 競合を上回るオリジナル商品を持っている
2. 通販に本気で、その分野でシェアNO.1を取れる企業様
3. 年間500万～700万の投資ができる企業様(広告費、システム費用等)
4. ビジネスモデルの導入を検討して頂ける企業様

また、よりご満足頂くために、事前にお電話をさせて頂き、現状の課題や今後の方向性など確認させて頂き、我々としても御社の企業にお役に立てるか、どのような提案が最適かの判断をさせて頂ければと思います。

(講師より)

最後までDMをお読み頂き、本当にありがとうございました。参加企業様には、我々が今まで培ってきたビジネスモデルを御社に合った形で具体的にお話ができればと思っております。各会場3社様限定と数少ないお席ですがご理解頂ければと思います。個別コンサルティングでお会いし、インターネット販売事業を成長・発展して頂けるようお手伝いさせて頂ければ幸いです。今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

萱沼 真吾

トゥルーコンサルティング(株)

代表取締役

萱沼 真吾

国内独立系コンサルティング企業にて通販・ECグループ組織のトップとして、通販&海外のグループを創出拡大。また、個人でもトップビジネスコンサルタントとしてNo.1の実績を上げ、表彰も多数。

得意技は、クライアントの長所を最大限に生かし、その分野の商品・サービスで、日本一のEC・通販ビジネスを立ち上げ&拡大すること。

トップ企業になったクライアントが70社以上あり、累計771件以上のコンサルティング案件を経験。

海外についても世界トップクラスのクライアントへの支援、コンサルティング実績を上げ、中国でのNO.1美容ドリンクEC立ち上げ、バンコク総合ECサイト立ち上げなどを経験している。

日本&海外における通販EC企業の最高のパートナーになり、業界No.1企業を目指す。



## その他の実績紹介

トウルーコンサルティングのコンサルティング実績

- ① 専門資材 月商1億円突破
  - ② スポーツ用品 月商7,000万円達成
  - ③ アパレル通販 月商5,000万円達成
  - ④ 大手化粧品・健康食品通販 月商10億円企業支援
  - ⑤ 生活必需品(ブランド商品) 月商5,000万突破
  - ⑥ 大手通販会社 月商10億越企業支援
  - ⑦ ニッチなジャンルの品揃え型ネット通販 月商6,000万突破
  - ⑧ 美容品通販 月商4,500万突破
  - ⑨ 中国大手化粧品通販企業支援
  - ⑩ タイ大手現地企業ネット通販支援
- その他多数

お客様と我々が圧倒的業界No.1を達成する  
通販で業界トップ企業になったクライアント70社以上

TRUECONSULTINGはWEB・EC通販(国内・海外)しかできない  
プロ専門集団です。

クライアントの長所を最大限に活かし、WEB・EC通販市場で日本一

そして世界に通用する事業になっていただくことをミッションとしております。

そのために我々は短期的な収益ではなく、長期的な利益を共にするパートナーとしてお手伝いをさせていただきます。



TRUE CONSULTING