

売上アップ・利益率アップを目指す

果物・野菜取扱企業経営者様へ



3分で読める!分かる!

無料
進呈

成功事例
レポート

TPP農業対策

果物・野菜

取扱企業様向け

六次産業化マーケット攻略セミナー

成功事例多数!!

自社のオリジナル加工品の生果販売だけでなく加工品の直販強化で2年で

年商 **2億円** 営業利益率 **10%** を実現した秘訣教えます!

今後、重要になってくる3つのキーワード!

直販強化

営業利益率アップ

自社ブランド化



TRUE
CONSULTING

主催 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(担当:鈴木・中山)

TEL:03-3260-5011 FAX:03-5539-3933

(平日9:30~19:00)

(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>

果物・野菜業界が“営業利益率10%”を実現しながら、“自社ブランド力・認知度アップ”する成功モデル

“六次産業化”に成功し、年商10億円を達成するノウハウとは？

はじめまして、私はTRUEコンサルティング(株)の萱沼と申します。
私は一貫して食品業界の商品開発や直販ビジネスの立ち上げ・業績向上のお手伝いを19年してまいりました。

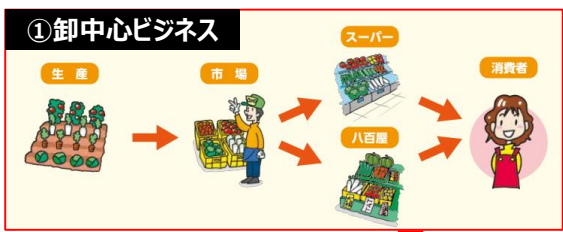


代表コンサルタント
代表 萱沼 真吾

近年、私を感じる野菜・果物業界は、価格競争の激化・異業種参入により、利益を出しながら事業拡大出来ている企業が減ってきているということです。今回は、そんな中で成長している企業の取り組みをお伝えいたします。

近年よく耳にする言葉として、「六次産業化」という言葉があります。「六次産業化」の取り組みを行う企業の目的は、「自社ブランドの確立」「価格優位性をとる」「利益率の改善」「自社商品の認知」などがあるかと思います。この「六次産業化」ビジネスこそが、まだ未開拓市場であり、拡大性の高いビジネスモデルだと感じております。

「六次産業化ビジネス」を簡単にお伝えすると、**「生産から販売まで手がけること＝自社が直販ビジネスに参入すること」**です。つまり、**“自社が主導権を握れるビジネス展開”**です。自社が主導権を握れるビジネスのメリットは、**営業利益率10%が実現可能**ということです。今後目指すべき事業として、市場での価格優位性の舵を自社が取り、自らが納得する価格・品質・商品力を伝えることが出来るビジネスに変えていく必要があると思っております。年間100社以上の経営者様とお会いし、現場を見てきた中で、「六次産業化」への参入・強化で成功してきた企業を多数見てきました。その手法と事例をご紹介します。



生鮮取り扱い企業の課題と業界動向

生鮮取り扱い企業が共通して抱えている5つの課題

- ①天候による原料のバランスが、毎年不安定である点
- ②価格優位性がとれずに、中々利益が出ない点
- ③売ることすら難しいキズモノも出てきてしまう点
- ④既存ルートのみでは、今後は売上減少が見えてしまっている点
- ⑤年々減少する農家数と高齢化

「六次産業化」ビジネスへの取り組みを行えば、上記の課題も解決することが出来ます。

詳しくは、下記より説明します。

最新状況と近未来の業界動向

- ①少子高齢化・人口減少 …
市場(パイ)が縮小していくことが目に見えている
- ②大手小売店のPB化 …
コンビニ業界最大手と言われるS社を中心に、各コンビニ業界・小売店が
価格優位性を持ったOEM開発により自社ブランド販売・低単価販売が伸びる
- ③顧客の質があがってきている …
本物志向の時代へ、いいモノがいい値段で買われる時代へ
- ④人・商品・流通の見える化 …
(生産者の)安心感・信頼感が追及されてきている

今後、市場減少・販売網を強みにした小売業のメーカー機能化は、さらに激化することが予測されます。そういった中で、生産者・企業の見える化を行いながら自社直販を行うことで、自社ブランドを確立し、ダイレクトに消費者へ商品をお届けするマーケット(直販)を攻略することが必要不可欠であると言えます。次ページより具体的事例をご紹介します。

事例

柑橘の直販強化で年商0億→2億円！

立上2年で2億円・営業利益10%を叩き出した方法とは！！

事業拡大のポイント

1. DM通販の新規顧客拡大強化
2. DM通販の基本フォーマット構築

主な投資

1. 新規顧客獲得広告費(新聞)
⇒ 新聞を中心に効率よく顧客獲得
= 原料・予算をベースに調整可能
2. 受電体制の構築
⇒ 電話回線・フリーダイヤル取得
= 10万円以下の低価格

|社様は2012年に既にインターネットを中心とした通販で、年商3億円規模でした。当時は楽天・ヤフーショッピングを中心としたモールと、自社サイトをすでに持っていました。しかし、売上構成比の高い楽天では、広告費の高騰・競合他社の価格破壊・年次ごとの原料原価の関係から、“売上は作れるがなかなか利益が出ない状況”が続いていました。

こういった状況下、3つの施策を行い、事業拡大及び粗利改善に成功しました。

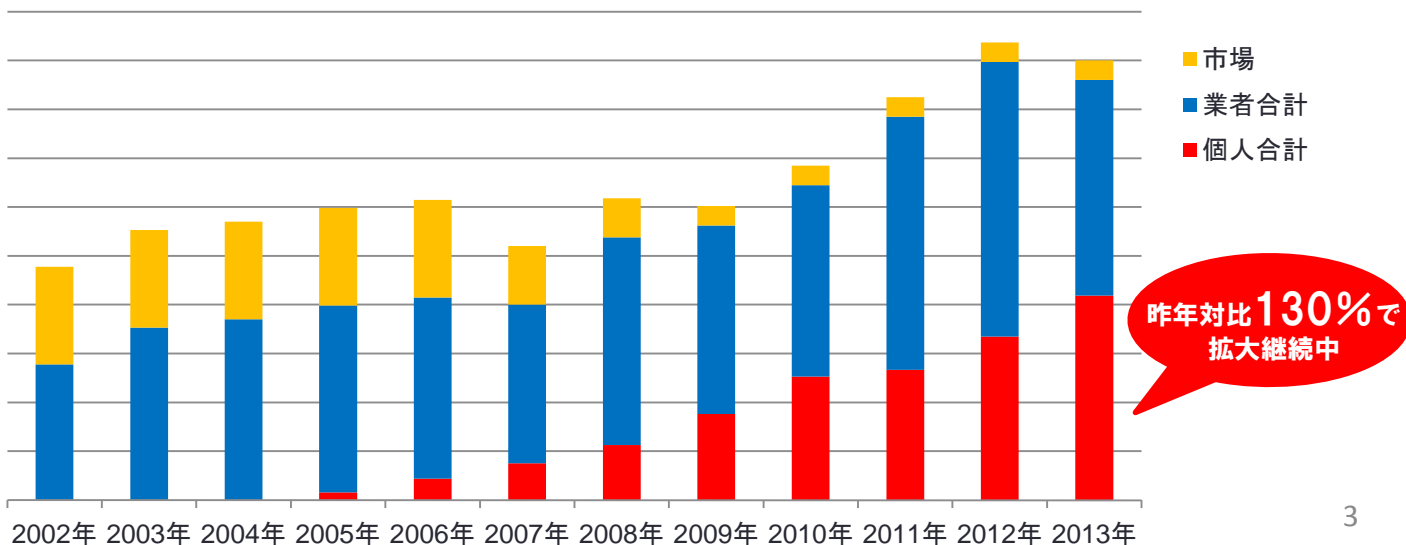
【3つの施策】

- ① 新聞広告を行い、新規顧客を獲得
- ② DM通販の強化を行い、継続アプローチ
- ③ 頒布会提案で、安定売上を確保する

DM通販とはダイレクトメール通販の略称で、自社の獲得した顧客に対して郵送物をお送りして商品を販売する形態のことを指します。

上記事例の一番の特徴として、インターネット通販のみしか実施していなかった中で、新たに新聞に広告費をかけて商品を露出して、新規顧客を獲得し、自社で活用できる顧客名簿に対してリピート対策を行ったという点にあります。

それぞれの対策をしっかりと実践した結果として、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。



柑橘の直販強化で年商0億→2億円！

立上2年で2億円・営業利益10%を叩き出した方法とは！！

1. 新聞広告における新規顧客獲得

通販には大きな販売チャネルとして、インターネット・テレビ・ラジオ・そして新聞広告の大きく4つが存在します。インターネットを中心に販売していた社様ですが、地場産の柑橘をメイン商品として、新聞広告への露出を行いました。結果としては、既存で実施していたインターネット通販よりも効率よく販売が出来、売上も順調に伸びてきました。

新聞広告では、競合との比較がないため価格競争せずに自社の販売したい価格で商品を販売することができます。そのため、自社の原価計算・原料をベースに“売りたい価格”で新規顧客を獲得し、費用対効果が合うかを確認しながら、拡大をしていきました。

今では毎年、原価や原料の数量をベースに、季節に合わせて拡大計画を立てているため、無理のない形で広告露出及び新規顧客を獲得していきます。

2. 顧客への継続アプローチの徹底

DM通販を拡大・成功するための重要な要素として、“リピート育成”が上げられます。リピート育成として実際に取り組んだことは、「1. にて獲得した新規顧客が2回目の購入をしていただけための施策」、「季節に合わせたDM(中元・歳暮・その他)計画の実施」、「上顧客・休眠客などセグメントしたアプローチ」「DMにおける商品構成の見直し」の徹底です。

自社で獲得した名簿は“自社の資産”です。貴重な顧客を新規獲得するためには、当然販促費がかかっています。しかし、販促費をかけてせつかく獲得した顧客＝資産を、生かしてない企業は多数存在します。

また、DMの作り方1つで、大きく売上が変わります。商品構成で特に重要なのは、自社の主力商品と顧客ニーズをしっかりとみこんだDMを作成することがポイントです。

売上 = 新規顧客売上 + リピート顧客売上 です。

自社の顧客に対して、徹底的にアプローチを強化することにより、リピート顧客の売上を順調に拡大していくことが事業拡大のキーポイントであります。“自社の顧客”のため、名簿に対して自由にアプローチを行えることが、インターネットのモール販売との大きな差であり、DM通販の圧倒的な強みと言えます。

社様の場合、今では、DMアプローチの際に、安売りすることもなく、販売したい商品・粗利の高い商品・自社ブランドの強化商品が売れる施策を行い、大幅な売上拡大とともに、粗利改善にも成功しています。

結果として、自社の固定客化にも成功し、「1. における効率の良い新規顧客の獲得」、「2. におけるリピート売上の純増」が成立し、業界でも認知度を広げていっています。

3. 頒布会提案で安定売上を確保

頒布会とは、毎月異なった商品を定期的にお届けするサービスを指します。

|社様の場合、1. 2. における施策の次のステップとして、自社の強みを生かせる施策のとして頒布会を行いました。自社の顧客に対して行う頒布会のアプローチ方法はシンプルで、下記ステップで行いました。

- ①自社の販売したい商品構成を中心に、季節感のある商品を月ごとに決める
- ②自社で獲得した顧客に対して、DMをお送りする際に頒布会の提案を行う
- ③頒布会顧客を獲得した後は、顧客別発送月の管理を行い、定期的に商品を送る

上記を行う上でのメリットは3つあります。

■メリット1

一番の特徴は、販促費がかかっていないという点

自社獲得した顧客に対するアプローチのため、販促費がかからない。

■メリット2

一人の顧客から、安定的に買っていただける仕組みが作れるという点

アプローチを行わなくても、売上がたつ仕組みとなる。

■メリット3

自社で販売したい商品を始めて買っていただけるきっかけになるという点

頒布会の商品の中で、セットものを組むことで新たな商品に触れていただける。

また、頒布会顧客数より原料の確保・調整がしやすくなります。

“低投資”でテストマーケティングが出来る！

実際にかかるコストは？

|社様で実践した、「営業利益を確保しながら売上拡大していくステップ」の費用は、下記のような形です。

■初期準備費：

ほとんどコストは発生しません。一部、新聞広告の場合、注文は電話中心になるため、内部に電話受注できる仕組みが必要です。しかし、実際には2・3名の方が電話を出れる状況であれば可能です。基本的には内製化がベストですが、人手が足りない場合は外注を活用して受電をしながら受注をしてもらい、受注したデータをお送りいただいて自社が発送する形態をとることも可能です。

その場合の費用は、1件受注あたり300円程度(相場は500円ですが、300円程度で実施していただける企業をご紹介可能です)で実施することが出来ます。

■月額ランニングコスト：

新聞へ露出するための広告費が大半と言えます。

弊社では、媒体枠を大幅にコストカットすることが出来ます。理由は、多数クライアントの広告出稿を行っているため、弊社用に企画を組んでいただくことがあるためです。新聞広告のテストマーケティングを行う際は、20～30万程度で露出を行い、費用対効果を検証していきます。

上記を2・3度行うことで、販売している商品が市場にあった商品・価格であるかどうか、事業拡大の可否判断がつかます。

上記のとおり、新聞広告を中心としたDM通販の特徴として、テストマーケティングにコストがあまりかからないと言えます。

インターネットの場合、サイトを立ち上げるために70～100万程度、が実際売れるかわからない。売れない場合もサイトがある限り、システム費・ドメイン費などの継続的コストが発生します。しかし、新聞広告の場合は、ほぼコストが発生しない初期準備費と新聞へ露出するための広告費が多少かかる程度で、事業拡大の判断がつくのです。

数千万円クラスの店舗出店でもなく、数十万円からテストマーケティングが実施できる新聞広告への露出は、参入障壁が低く、多くの企業が狙い目であると参入しています。今後、目に見えてわかる、競争が激化インターネット通販市場だけでなく、「価格競争に巻き込まれない高粗利型」「自社の名簿＝資産を獲得・保有することが出来る」ビジネスモデルは、企業にとって事業の柱になってきている企業が増えてきています。

営業利益10%を目指す高収益型ビジネスモデルを確立する！

新聞広告を中心としたダイレクトマーケティングで、営業利益を改善したい・事業拡大をしたいという企業様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成功ノウハウは、下記の通りです。

- * 果物・野菜取扱企業の成功者が思い描く“未来戦略”とは？
- * 果物・野菜生産者、青果問屋が今、実施すべきこととは？
- * 自社の強みを活かし、差別化する手法とは？
- * 事業拡大をするための効率の良いステップとは？
- * 企業ブランドイメージをアップさせる手法とは？
- * 今だから語れる、「生々しい失敗談」とは？
- * 売れる新商品開発をするために必要なポイントとは？
- * ヒット商品を生むための市場調査手法とは？
- * 自社が価格優位性をとっていく方法とは？
- * 直販ビジネスを成功させる手法とは？
- * 新規客を上顧客へ育成する手法とは？
- * 直販ビジネスで売れる売価設定・粗利設定とは？
- * 自社のターゲット業種のニーズを把握する手法とは？
- * 小ロットでの新商品開発～テストマーケティングの手法とは？
- * OEM先の見つけ方と注意すべきポイントとは？
- * OEMをうまく活用する手法とは？
- * マネジメント体制強化の具体的な手法とは？
- * 社長が実施すべきマネジメントとは？
- * 2020年までに実施すべきこととは？

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業績UPが可能ははずです。

目まぐるしく変化する通販市場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ーで業界NO.1を目指す

最後に、参加条件を書かせて頂ければと思います。

1. 自社の強みがある商品を持っている企業様
2. 上記商品を高単価で販売してもよいという企業様
2. 通販に本気で、その分野でシェアNO.1を取ろうと考えている企業様
3. 現状実施していて、さらなる事業拡大を本気で考えている企業様
4. 年間300万～700万の投資ができる企業様(広告費)
5. 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。本個別コンサルティングでお会いし、御社の成長・発展に少しでも貢献できるよう、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



TRUEコンサルティング(株)

代表コンサルタント 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80社以上あり、累計800件以上のコンサルティング案件を経験。新聞広告通販事業の参入から、拡大支援まで実績多数。

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&海外における通販企業の最高のパートナーになり、業界No.1企業を目指す。(2015年12月現在)

その他の実績紹介

トータルコンサルティングのコンサルティング実績

- ① 柑橘商材 DM・ネット通販で年商5億円達成
- ② 野菜商材 DM・ネット通販で月商3,000万円達成
- ③ 水産商材 DM通販で昨年対比150%で純増中
- ④ 生活習慣病商材 DM・ネット通販で年商4億円達成
- ⑤ 飲料商材 ネット通販で年商2億円達成
- ⑥ 大手化粧品・健康食品通販 DM・ネット通販で年商10億円企業支援
- ⑦ 大手通販会社 DM・ネット通販で月商10億越企業支援
- ⑧ 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
- 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

TRUEコンサルティングはDM・WEB・EC通販(国内・海外)のみのコンサルティングに特化したプロ専門集団です。

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