

食品メーカー様向け

経営者限定レポート

5分で
読める！
分かる！

無料
進呈

成功事例
レポート

※詳しくは中面へ

『通販』で、 失敗したあなたへ

原因と 成功するポイント をお伝えします!!

通販コンサルティング 約二十年 の実績
トゥルーコンサルティング株式会社 主催

食品業界向け
直販年商2億円達成手法大公開セミナー



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>

「通販事業で売上が上がらない、立上方がわからない」と悩んでいる経営者様へ。

皆さま初めまして。トゥルーコンサルティング(株)の石鍋 翔と申します。

私はこれまで、一貫して食品業界の商品開発や、通販ビジネスの業績向上のご支援に従事させていただいてまいりました。

食品業界の近年の傾向を見てみると・・・

食品業界の近年の傾向

食品業界は、価格競争の激化や、異業種参入によって**業績向上しつつ**

事業拡大が出来ている企業、というのが減っています。また、大型小売店のPBブランド化（メーカー機能）などにより、卸事業の低迷や工場稼働率の激減、さらには採用難などなど・・・課題が多数かと思えます。



トゥルーコンサルティング(株)
石鍋 翔

食品業界のよくある悩み

- ☑ 卸事業の不安定さが、経営の不安定につながっている・・・
- ☑ 薄利の案件が多く、儲からない・・・
- ☑ 価格競争（破壊）、類似商品、競争過多、異業種参入
- ☑ No.2（幹部）の育成、人の育成・採用難
- ☑ 国内シェアの限界
- ☑ 売れる商品・次の商品が中々でてこない 等

卸を中心とした既存事業から、なにか次の一手をと考えられ、通販事業に参入もしくは検討された企業様は多数おられると思えます。しかし、**結果的に通販事業がしっかり軌道にのり、収益化出来ている企業も少ない**というのが現状です。

通販事業のよくある悩み

- ☑ 参入はしたものの、やり方がよくわからない・・・
- ☑ 売れると思っていたが、全然売れない・・・
- ☑ 自社の商品の良さの伝え方がわからない・・・
- ☑ 人員をどれだけ割いていいのかわからない・・・
- ☑ 投資はしたものの、こんなはずではなかった・・・

次頁より、その理由を説明します。

通販事業の失敗確率は、94% と言われています…

実は、黒字化している企業は…『6%』しかない！？

ビックリするかもしれませんが、一部の統計データによると、通販事業で黒字化している企業は、実は、**たったの6%**しか成功していないということが言われております。。

某モールへの出店企業は年々増加してにぎやかな業界に見えるかもしれませんが、現実には出店企業への参入企業以上に、撤退企業が増えているというのが現実なのです。

これを聞いて、通販事業は魅力的な業態のように見えていた

企業様も、「え？通販事業をやっても仕方ないのか…」と

思われるかもしれません。

しかし、実際に多くの企業様は、通販事業をやれば売れると

勘違いしているだけであり、やり方を知らないのです。



黒字化できる企業と、できていない企業の徹底的な違い

弊社は、これまで1000社以上の経営者様とお目にかかり、「食品業界の動向や実情と共に、競争激化の中でも戦っている企業様」にも多数お目にかかりました。

多くの経営者様は、自社の商品には自信があるのは当然のことであり、実際に商品力もある企業様ばかりです。そうでなければ、今も企業がこうして生き残っていることはないと言えます。

そういった中でも安定した黒字化経営を行えている企業とそうでない企業の差で、

共通して言えることは、事業展開のやり方を知らないだけです。

業績を伸ばし続けている企業の共通点は、下記の点に注力し事業展開を行っております。

弊社がお手伝いさせていただいた企業様も、徹底して下記を実施することにより、着実に事業拡大に成功しております。その3つのポイントとは、下記になります。

①商品開発にしっかり力をいれている

②通販ビジネスに力を置き、利益の取れる販売戦略を行っている

③企業イメージアップに注力し、認知度が上げている(ブランディング)

次頁からは、その考え方と手法、事例の一部を次ページよりご紹介いたします。

「商品力」×「通販ビジネス」で、利益の取れるビジネスモデルへ

食品メーカーが実施すべき、3つの生き残り戦略

① 売れる商品開発に注力する

スーパーやコンビニでも近年では多品種・珍しい商品も低価格で販売される時代となりました。機能性食品も当たり前の時代です。また、GMSでも自社PBの商品に力を入れており、売上に影響が出てしまっている食品メーカーは急増しております。中にはGMSにて、自社卸商品の棚横に、OEMで受けたGMS用PB商品が並んでおり、悪循環になってしまっている企業もあると聞きます。こういった中で、食品メーカーが実施すべきポイントは、

「スーパーやコンビニには中々売っていない商品」

「スーパーにはあるけれども、品数が少ないもの」

「マーケットが多少小さくても、ニッチな商品を展開すること」 なのです。

② 自社保有名簿数を増加させる

卸事業が取引先数に連動して売上に影響を及ぼすように、**通販ビジネスも顧客名簿数と売上が比例します**。通販事業の場合、「**1顧客の売上=1万円**」と言われています。通販売上1億円の企業で言えば1万件の名簿数、2億円の企業で言えば2万件の名簿数が必要です。

通販事業を成功させるポイントとして、**いかに効率よく自社の名簿数を拡大させるか**が重要

③ 利益の取れる販売戦略へシフトする

利益の取れる販売戦略へシフトしない限り、今後もますます小売店主導の卸事業になってしまい、苦しい状況が続くと言えます。そういった中で弊社がオススメしているビジネスモデルが、『**通販ビジネス**』です。通販ビジネスの最大の魅力は、自社主導で販売価格を設定することが出来るため、メーカーが利益の取れるビジネスモデルが展開可能なためです。

食品業界の通販ビジネスの商品原価は、基本的に上代の3割程度です。つまり、残りの7割が、販促費・人件費・物流費にかけることができます。結果として、**営業利益を10%以上確**

『解説』 生き残り戦略①：売れる商品開発に注力

他社と差別化できる商品開発とは？

加工品を開発することにより、他社と差別化を行いつつ、**通年商品展開が出来ます。**

例えば果物の場合、100%ジュースなどドリンクとしての販売展開が主流になっておりますが、最近よく見受けるのは、果実まるごと大福やロールケーキ、バームクーヘンなど、大衆向けするスイーツ商品がブームを作っています。

-よく売れる、柑橘加工品-



100%ピュアジュース



100%ピュア果汁



素材そのまま
マーメイド&ジャム

-今、流行している果物スイーツ-

果実まるごと大福



ロールケーキ



バームクーヘン



主に通販用の商品開発を行うメリットは、3つあります。

(1) 価格優位性をとれる

“生もの”そのものの価格競争を回避することが出来るため、基本的に自社が販売したい価格で販売することが可能になります。特に産地の特性を活かした商品が、より利幅を大きく販売することが出来る「鍵」になります。スーパーやコンビニとの直接取引や個人客への通販が可能で**最も多くの利幅をとれる販路は、「通販」**なのです。

(2) 通年商品として、販売が出来る

通常、“生もの”は季節ごとに繁忙期と閑散期の差が大きいのが特徴です。その分、繁忙期には急に人員が必要になり、人員体制の整備が課題になる企業も多いのです。

一方、加工品で通年商品を展開することにより、**在庫ロスを減らすことが可能**になります。さらに“端材”と言われる本来は卸が難しい原料も、加工することで商品として販売できます。

(3) 商品提案数がアップ

食品取扱企業にとって、**継続的な商品開発は重要なポイント**です。「そんなに沢山新商品は開発できない！」という声が多いですが、変わり映えのしない定番商品だけでは、顧客に“飽き”を与えてしまいます。しかし、様々な商品を提案することで、リピーターのお客様が増えていき、一顧客あたりの売上も伸ばすことが出来るのです。

『解説』 生き残り戦略②：名簿数を拡大する

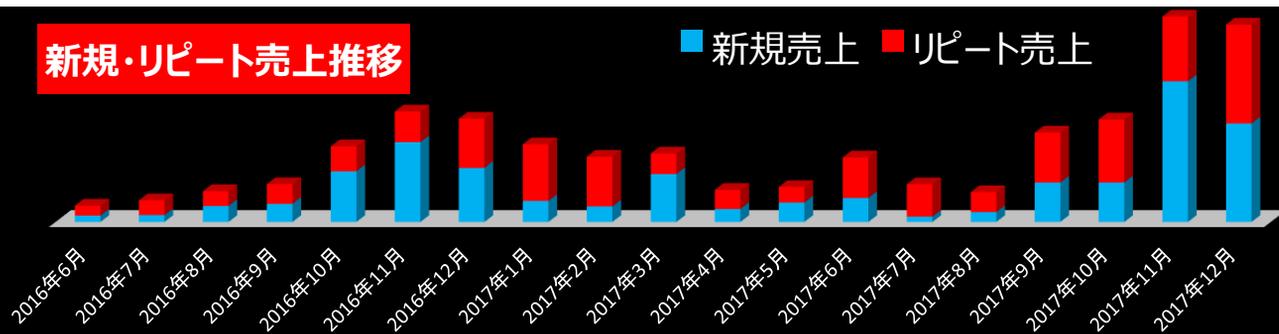
自社保有名簿の獲得が、なぜ重要なのか？

前頁でもお伝えしたとおり、通販ビジネスはブームが起きている一方で、本格的に参入、成功出来ている企業はほんの一部にすぎません。しかし、**成長マーケットだからこそ、しっかりとした戦略と実行の流れが出来れば、売上拡大は大きく見込めるビジネスです。**

その成功のための重要なキーポイントが、自社が自由にアプローチすることができる名簿＝**『自社保有名簿』を獲得すること**です。ご存知の方も多いかと思いますが、某大手モールRやAやYなどに出店して売上獲得している企業様も多数ございますが、顧客データはあくまでモール管理されており、独自に好きなタイミングでアプローチすることが出来ません。通販ビジネスを長期的に考えた際に重要なことは、自社主導で自由に使用することができる、この**『自社保有名簿の獲得』**をすることです。

通販ビジネスの売上計算式は、**『新規顧客売上高＋リピート顧客売上高』**です。新規顧客を適正数獲得することと、リピート顧客をしっかりと育成さえすれば、売上は純増していきます。弊社がお付き合いさせていただいている企業様の一例をお伝えします。

新規・リピート売上推移



上記のように、リピート売上が順調に伸びていくことが成功のポイントです。

※通販売上は自社保有名簿数に比例する！

また、通販売上は、自社保有名簿数に比例します。**『1顧客＝1年間売上が1万円』**と言われております。つまり、年商1億円の通販売上目標であれば、1万件の名簿をいかに効率よく獲得し、しっかりとリピートさせていければ実現していくのです。逆に、1万件の名簿を保有しているのに売上が1億円達成していなければ、どこかに問題があると言えます。成功している企業は、上記の指標である、**『1顧客＝1万円』**を達成しながら事業拡大しています。

『解説』 生き残り戦略③：利益の取れる販売戦略へ

利益の取れる販売戦略とは？

前頁にも記載しましたが、通販ビジネスにも複数の販売チャンネルがございます。

- ① 自社保有名簿を中心にカタログを送付して売上を作っていくDM・カタログ通販
- ② 自社インターネットサイトを活用して売上を作っていく自社サイトインターネット通販
- ③ 某大手モール(RやAやY)を活用して、売上を作っていくモールインターネット通販

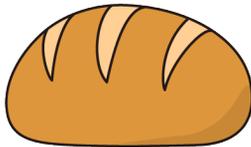
上記の中から、自社の商品特性・強みを十分理解した上で、販売戦略を組むことが重要となります。販売戦略を組む上で一番攻めたいマーケットは、『**市場がありながら、競合が少ない**』であることは当然のことですが、卸事業をしていると、すぐにそのマーケットに大手企業が参入してきて、利益が取れない状況になります。

しかし、通販ビジネスには、まだまだ『**市場がありながら、競合が少ない**』マーケットは存在するのです。もちろん卸事業よりも小さい市場ではあるものの、ニッチでも競合が少ないために『**特定カテゴリーシェアNo. 1**』になるビジネスチャンスが眠っていると言えます。業界内に特定分野でも認知度が上がってくると、販促費率も減少され、より利益が取れるという好循環になっていきます。

※通販は、通常市販売価の3倍でも売れる！

通販では、通常市販売価の3倍以上でも平気で売れます。

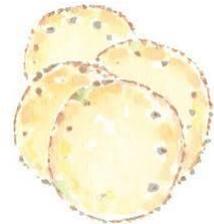
実際に弊社の事例では、



低糖質パン
1個：180円



大豆麺
1人前：279円



おかき
1袋(70g)：399円

と通常市販の価格よりも何倍も高値で販売することが可能です。自社商品の特徴を、しっかり打ち出すことにより、早期に営業利益10%以上が達成できるのです。

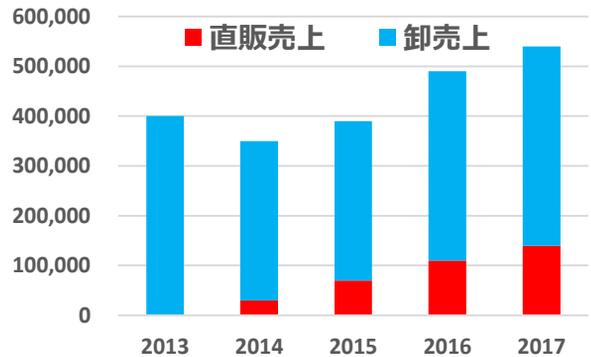
↓↓↓ 弊社の事例を次頁より説明します ↓↓↓

食品メーカーの通販事例

事例① 通販事業が売上0⇒3年で1億円達成！！

商材：果物・ジュース

限られた原料の中、利益率の少ない卸から通販への強化実施。**強化3年目で1.2億円**達成。現在では、通販の売上構成比が、卸売上構成比を逆転する勢いで伸張している。今後も、原料とのバランスを見ながら展開予定。なお、通販売上拡大に伴い、企業認知度アップが連動して、**卸売上もV字回復**した。



単位：千円

	2013		2014		2015		2016		2017	
	売上	比率								
全体	240,000	100%	240,000	100%	260,000	100%	380,000	100%	480,000	100%
直販売上	40,000	17%	60,000	25%	120,000	46%	180,000	47%	240,000	50%
卸売上	200,000	83%	180,000	75%	140,000	54%	200,000	53%	240,000	50%

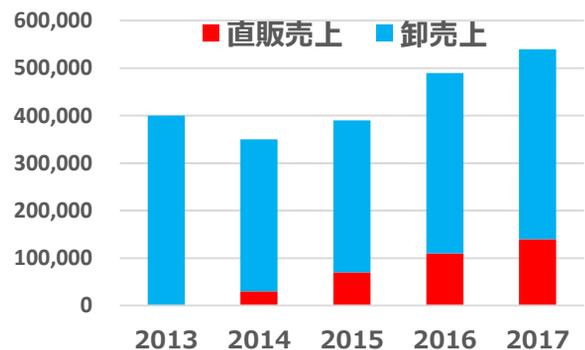
	2013	2014	2015	2016	2017
全体伸長率	-	100%	108%	146%	126%
直販伸長率	-	150%	200%	150%	133%
卸伸長率	-	90%	78%	143%	120%

※2013年末に強化スタート / ※2017年は着地予定

事例② 通販事業が売上2,000万⇒3年で1.2億円達成！！

商材：水産加工品

元々、水産加工品老舗として事業展開していた。しかし、毎年変化する原料の不安定から、利益率の高い通販への強化を決定。**強化2年目で1.2億円**達成。現在は、原料が前年の2倍以上までと高騰しているが、通販比率のアップが全体の営業利益をカバーしてくれている。



単位：千円

	2013		2014		2015		2016		2017	
	売上	比率								
全体	400,000	100%	350,000	100%	390,000	100%	490,000	100%	580,000	100%
直販売上	0	0%	30,000	9%	70,000	18%	110,000	22%	180,000	31%
卸売上	400,000	100%	320,000	91%	320,000	82%	380,000	78%	400,000	69%

	2013	2014	2015	2016	2017
全体伸長率	-	88%	111%	126%	118%
直販伸長率	-	#DIV/0!	233%	157%	164%
卸伸長率	-	80%	100%	119%	105%

※2014年から強化スタート / ※2017年は着地予定

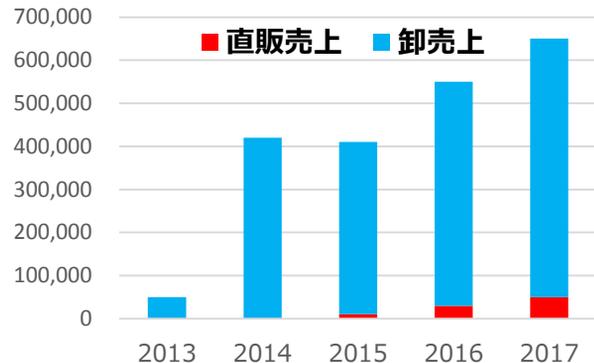
食品メーカーの通販事例

事例③ 店舗の強みを活かし、通販売上4億円達成！！

商材：味噌・醤油メーカー

味噌・醤油メーカーの老舗が、店舗中心に小売業を展開していたが、店舗来店顧客やイベントで獲得した名簿顧客を活かして通販強化を展開し、**通販年商4億円**。

私生活の中で一度自社の商品が選ばれると、他社商品に変更されにくいという商材傾向から、**リピート率の高さが特徴**である。



単位：千円

	2013		2014		2015		2016		2017	
	売上	比率								
全体	150,000	100%	200,000	100%	200,000	100%	350,000	100%	420,000	100%
直販売上	150,000	100%	200,000	100%	200,000	100%	350,000	100%	420,000	100%
卸売上	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

	2013	2014	2015	2016	2017
全体伸長率	-	133%	100%	175%	120%
直販伸長率	-	133%	100%	175%	120%
卸伸長率	-	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

※2013年から強化スタート / ※2017年は着地予定

事例④ 通販用高粗利商品を開発し、通販売上5,000万達成！

商材：ふりかけ

ふりかけを販売する老舗メーカーが、価格競争や水産原料高騰の不安定さから、通販強化を決定。

強化2年目で5,000万円達成。

卸事業が原料高騰による利幅ダウンの関係から、現在は、通販用商品開発を行い、**利幅の取れる販売展開**を行っている。



単位：千円

	2013		2014		2015		2016		2017	
	売上	比率	売上	比率	売上	比率	売上	比率	売上	比率
全体	50,000	100%	420,000	100%	410,000	100%	550,000	100%	650,000	100%
直販売上	0	0%	0	0%	10,000	2%	30,000	5%	50,000	8%
卸売上	50,000	100%	420,000	100%	400,000	98%	520,000	95%	600,000	92%

	2013	2014	2015	2016	2017
全体伸長率	-	840%	98%	134%	118%
直販伸長率	-	#DIV/0!	#DIV/0!	300%	167%
卸伸長率	-	840%	95%	130%	115%

※2016年から強化スタート / ※2017年は着地予定

通販ビジネスの、収支構造は？

通販ビジネスの収支構造は？？

右図をご覧ください。

通販と卸事業の一番の差は、やはり原価率の差であると言えます。通販ビジネスの魅力の一つである、営業利益率は10%以上を実現することも多く、多くの企業様が通販強化により、企業全体の粗利改善に成功しています。

単位 = %

	直販	卸事業
売上	100	100
原価	30	70
広告費	20~30	3
物流費	10~20	10~20
手数料	0.3	0.3
人件費・諸経費	10	10
営業利益率	10	1~5

運営する上での人の数も、通販年商1億円クラスまでであれば、社員1名と複数名のスタッフにて出荷対応を行えば展開可能ということも魅力の一つであります。

中小食品メーカーにとって、通販強化が収益改善を実現する

下図をご覧ください。

弊社クライアントの実績として、元々年商3億円の卸事業が減少傾向。

そういった中で、通販事業を強化し、通販売上を付加していった数値を見ていただければと思います。**通販売上1億円を達成した段階では2倍以上の6.3%、2億円段階では7.3%と、営業利益率の大幅改善に成功**しました。

<通販ビジネス強化時の、利益改善イメージ>

現状事業

累計売上	30,000 万円
営業利益	900 万円
営業利益率	3.0 %

通販 1 億円付加

累計売上	30,000 万円
営業利益	1,900 万円
営業利益率	6.3 %

通販2億円付加

累計売上	40,000 万円
営業利益	2,900 万円
営業利益率	7.3 %

卸事業 売上

一般売上	20,000 万円
営業利益	900 万円
営業利益率	4.5 %

一般売上	20,000 万円
営業利益	900 万円
営業利益率	4.5 %

直販 売上

通販売上	10,000 万円
営業利益	1,000 万円
営業利益率	10.0 %

通販売上	20,000 万円
営業利益	2,000 万円
営業利益率	10.0 %

レポートお読み頂いた経営者・責任者の方へ、セミナーのお知らせ

いかがでしたでしょうか？

お忙しい中レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

上記でもお伝えさせていただいたとおり、食品業界では、

- ・「通販ビジネスを強化すれば、事業拡大を実現可能である！」
- ・「価格主導を握れるビジネスであれば、中長期的にまだ拡大すること出来る！」
- ・「既存卸事業とは別に、通販事業で売上がしっかりある企業も存在する！」
- ・「通販ビジネスの売上比率を上げることが、会社全体の収益にも貢献する！」
- ・「低額の初期投資で、参入可否判断をジャッジすることが出来る！」

これこそが、生き残り戦略であると考えております。

通販ビジネスの魅力は、単に販路が広がるだけでなく、

- ①価格優位性をとりながら事業拡大を行い、
- ②さらに営業利益率を改善していく ことが可能なビジネスモデルと言えます。

このレポートを読んでいただいた熱心な経営者様・責任者の方へセミナーのお知らせです。

たった1日、しかも受講料は30,000円のみ！ 食品業界向け 通販年商2億円達成手法大公開セミナー！

■「まずは色々な企業の情報・やっていることを収集したい！」

■「このまま何もしなければ売上は減少していきだろう・・・」

このレポートをお読みいただき、このように感じたあなた様であれば実現できます。この度、あなた様のような意欲のある経営者・責任者の方を対象に、**特別セミナーをご用意しました。**食品業界を中心に業績アップを行っているコンサルタントが、成功事例を中心に、**通販ビジネスの基本講座・ビジネス展開の成功談だけでなく、失敗談も含めてご紹介します。また、投資回収数値も具体的にお見せします！**

その日から取組める内容も盛りだくさんです。

詳細は、次ページよりご紹介します。

このようなお悩みをされている企業様にオススメです！

- * 通販事業を強化したいが、まず実施すべきこととは？
- * 食品取扱企業様が今、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？
- * 通販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？
- * 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獲得する方法とは？
- * 売れる売価設定・粗利設定とは？
- * 2020年までに実施すべきこととは？
- * 今だから語れる、「生々しい失敗談も聞きたい！

このノウハウを、今回はセミナーにて3時間ほど、しかも、**30,000円**でお持ち帰りいただけるのです。セミナーを通して、「**あなた様が実現できるビジネス**」と「**我々の実績・能力**」をご判断ください。

追記

今回のセミナーでは、弊社の既存クライアント様とバッティングはないか、まことに勝手ながらこちらで判断させていただいております。ご参加いただく条件に合致しない場合は、参加をお断りすることもございますので、何卒ご了承ください。

ご参加いただけることが確定しましたら、御社状況を事前にヒアリングさせていただき、どのような手法が有効なのかを調査させていただきます。

一般的な聴講のみのセミナーとは違い、御社の状況に合わせたご提案も含めて本セミナーとさせていただいておりますので、ご理解ご協力の程、よろしくお願い申し上げます。我々も本気です。

皆様におかれましても有意義な時間となりますよう、心より願っております。