

6次産業化 成功事例

年商1億から20億まで成長させた 若専務の秘訣とは？

和歌山産・ストレート・添加物不使用

100%ピュアジュース

美味しさの理由は果肉だけを搾った「そのまんま」の味だから。

贈り物にぴったりのギフトボックスセットや、ご自宅用の大箱セットなど用途に合わせてお選びください。



ゲスト講師
株式会社伊藤農園
代表取締役 伊藤彰浩様

■ 株式会社伊藤農園様のご紹介

和歌山県の有田市に本拠地を構える伊藤農園様。創業は1897年と古くからみかんの生産をしながらみかん商社として事業を展開されておりました。みかん農家の後継者不足、青果みかんの需要減少という逆風の中で、先代の社長様がみかんの加工品であるジュース、ゼリーを開発。現社長様の伊藤彰浩氏主導のもと、ネットとリアル店舗の両軸から知名度を広げ、毎年売上成長をされています。

弊社主催のセミナーでは認知拡大のために具体的に何をしていたのか、どこの段階で利益がではじめるようになったのか、法人ECの戦略、海外チャネルへの開拓進出、大卒で新卒の若手が集まる企業作り、などなど今回は特別に語っていただきます。

オンライン WEBセミナー

2024年6月13日(木) 14:00~16:30

※詳細は、申し込み後ご連絡させていただきます

主催：トゥルーコンサルティング株式会社
〒108-0073
東京都港区三田2-14-5 フロイントウ三田10階
電話：03-3260-5011 / FAX：03-5539-3933

お問合せ・お申込みは、
＜電話・FAX・HP・フォーム＞より

トゥルーコンサル

検索



伊藤農園の社長様の特別インタビュー ～ 6次産業化に成功するまでの軌跡～

【ゲスト講師】 株式会社伊藤農園 代表取締役伊藤様のご紹介

株式会社伊藤農園 代表取締役 伊藤 彰浩 様

東京での社会人経験を経て、2006年に株式会社伊藤農園にご入社。入社後は専務として、ブランディングのために百貨店の催事、展示会に積極参加しながら通販事業を本格始動されました。海外進出や事業成長に伴う組織化を主導しながら2023年に代表取締役に就任されました。



伊藤農園様のジュースの特徴

和歌山産
柑橘のみ
使用

添加物
不使用

果汁のみ
抽出
独自製法

果実を半分に切り、伏せたお碗が並んだような形の機械の上にひとつひとつ手で並べ、もうひとつのお碗で挟むように上から優しい力で押す。まるで家庭で手作りするときと同じような仕方のできるジュースは、果実そのものの濃厚な印象とともに、すっきりとしたクリアな後味を表現しています。



目指すのは
素材を生かした、そのままの味。

加工品「みかんジュース&ゼリー」の売上拡大の軌跡

先代社長様が伊藤農園のみかんジュースを開発

伊藤農園様は1897年に創業された老舗企業でみかん農家でありながら仕入れも行き都市部にみかんを運んで販売することを事業としていた。みかんの収穫量に左右されたり、売上がシーズン中に偏ることを避けるために先代社長様がジュースを開発。機械1個からスタートして売れるようになってから衛生面の強化、効率化を徐々に進められていきます。2006年から現社長の伊藤彰浩様が戻られて、当時は問屋メインで会社全体で加工品30%、生果70%の状況で通販はやってはいたが力を入れてない状況でした。

伊藤社長が当時やられていたのは、**百貨店をメインターゲットに催事**を行い、お中元カタログやお歳暮カタログに掲載できるようになりました。ジワジワと加工品の売上があがり**2010年には工場を新設(約1.5億円)**され、さらに販路を拡大していきました。



【100%ストレートみかんジュース】

日本一の和歌山県産の果実を半分に切り、上からお碗でやさしく押し搾ります。搾つてすぐに冷却するので、栄養価も損ないません。

無添加で砂糖を使用しない、お子様からお年寄りの方まで安心して飲んでいただける100%ストレートみかんジュースです。

会社売上推移 2013年を除き2ケタ成長



加工品「みかんジュース&ゼリー」の売上拡大の軌跡

生果から加工品への転換

伊藤農園様のみかんジュースの知名度がまだない時期でジュース商品で広告をかけても、費用対効果が合わない時期でした。そのため加工品ではなく「みかん・柑橘」で新規を獲得して加工品に流すモデルを展開。楽天市場等のWEBでもみかん・柑橘を売っていたが、新聞広告の方が新規獲得コストが安かったので注力していました。売り方は999円2.5kgで3箱以上で送料無料 5箱でもう1箱プレゼントで実施。客単価が3,500円前後で1件獲得単価が500円前後とコスパ良くお客さんを集めることができていた。また新聞広告経由だと新規顧客の30%以上が1回は加工品をお試しとして購入頂いていたので、しっかり利益回収できるモデルを確立していきました。

和歌山県有田直送果実と
100%ピュアジュース
伊藤農園
合計8,000円以上
お買い上げで代々手数料無料

生果みかん 990円 (1,069円/税込)
みかんジュース 970円 (1,048円/税込)

0120-89-7054 0737-88-5507

毎月お届け!
有田みかん
Mikan from Arida
伊藤農園の定期便
通常
レギュラーコース

モデル構築までトライ&エラーを何度も繰り返し、徹底的にやりきることのできる伊藤農園様があります。同梱物、受注時の対応、F1層へのアプローチ、DMカタログ、ハガキ、メルマガ、定期頒布会への誘導などなどひとつひとつの質を上げていきました。加工品への誘導だけでなく、みかん・柑橘のワンシーズンで2回以上生果を買っていただくための誘導にも力を入れています。

知名度拡大のため百貨店催事に積極参加



現社長の伊藤様が伊藤農園にご入社されて積極的に行ったのが百貨店催事販売です。百貨店をメインターゲットしぼって、年36カ所の全国各地で行い東が売れて西が売れない、みかんの産地に遠いほど売れるなどのことがわかってきました。百貨店催事は交通費、宿泊費、人件費を考慮するとあまり利益はでないのですが、百貨店バイヤーに見てもらうために、知名度拡大のためにひたすら実施していきました。結果的にはセブンイレブンのカタログに掲載されたり、メディアで取り上げられやすくなったりと6次産業化が奏功した重要ポイントとなりました。2024年現在でも催事は実施されています。

加工品「みかんジュース&ゼリー」の売上拡大の軌跡

加工品のヒットギフト商品により拡大



みかん・柑橘購入者に加工品を案内するモデルで徐々に加工品の売上は徐々に増えていったが、2013年に母の日ギフトでヒットした商品があり大きく加工品の割合を増やすこととなります。このジュースとゼリーのギフト商品がきっかけで母の日以外にも、お中元、お歳暮、内祝いとギフトの市場で存在感を示していくことになりました。現在では**直販や卸を含めて年間2万セット以上出る主力商品**となっています。

廃棄していた果実の皮での法人事業を立上げ・拡大

ジュースやゼリーで余った皮も販売。乾皮はスイーツの原料にもなり、喫茶店や飲食店、メーカーなどに卸をしています。**みかんの皮を中心に小口、大口の顧客先を増やす地道な活動を続けた結果**として、ジュースやゼリーといった加工品も仕入れて販売頂ける企業様が増えていきました。



20kg果皮

搾汁したままの状態の果皮。先様の工場加工いただく際に多い規格です。



スライスカット

ウェット or ドライ
加糖 or 非加糖

オレンジッタや見た目を意識した商品へのご提案にぜひどうぞ。

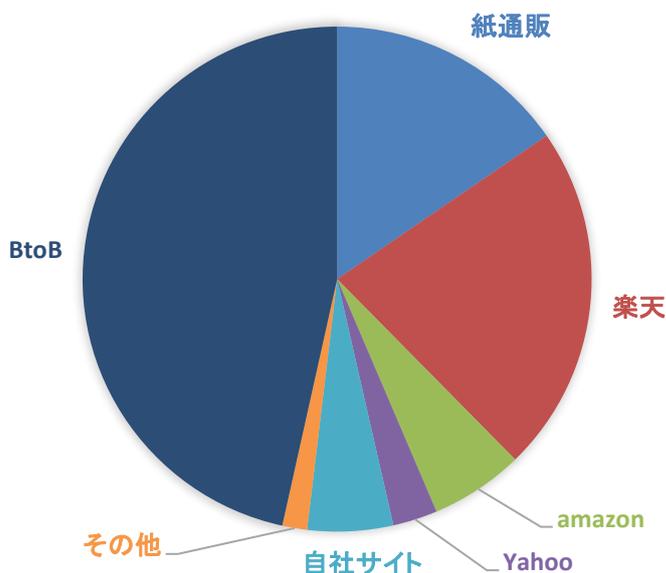


ダイスカット

ウェット or ドライ
加糖 or 非加糖

アイスクリームやお菓子など食感をお楽しみいただけます。

ネット・個人・法人・海外など多チャネルを構築



様々な媒体で販売を行っており、以前よりも紙媒体からWEB通販に流れてくるお客様が増えてきています。また**催事からWEB、WEBから催事など複数の販売チャネルで購入されるお客様も一定数いらっしゃいます**。各販売チャネルで売上を上げる施策は担当者が実施していますが、どこで購入されても平等になるように、価格を維持したり、一定以上のサービスの質を担保する取り組みを行っています。繁忙期に備えて全社員が注文電話を受けられるくらいの商品知識や丁寧な対応が浸透しています。

加工品「みかんジュース&ゼリー」の売上拡大の軌跡

価格は原価で決める 商品に妥協なし

和歌山県産の無添加の美味しいものを届ける事がビジョンであり、会社の命題であるため商品の価格決めは「原価」から計算します。販売価格に見合った価値を伝えるかを重視しています。

コンテンツサイト「みかんな図鑑」

SEO対策の一環として、伊藤農園様は「みかんの図鑑」というコンテンツサイトを立ち上げました。このサイトができるまでに数多くのみかんの品種の説明文をスタッフ総出で用意しました。何度もリニューアルを重ね、みかんや柑橘に関連するキーワードで上位表示されるようになり、Googleからの検索流入も増加しました。この取り組みにより、伊藤農園のみかん製品や柑橘類に関する情報がより多くの人々に届くようになり、オンラインでの存在感が強化されました。



片手間でやらず真剣にトライ&エラーを繰り返す

投資で機械導入や工場新設したものの、一定以上の規模が出るまで利益が出ていないという苦しい時代は長年続きました。地元を和歌山を盛り上げるという覚悟を持ち、コツコツと努力し、色々な挑戦を行ってきました。最初は売り方を知らず、卸売業者だけをターゲットにしてもうまくいかなかったり、専任がいないと中途半端になってしまったり、他にもたくさんの失敗を経験されています。今では、人件費比率は12%前後、在庫は1年で3回転させるなどなど5年の経営計画書に落とし込んで年商30億に向けて動かれています。

オフィス隣接に直売所を設置



事務所に隣接した直売所を2016年からはじめており、毎月伊藤農園さんのファンや観光で近くに来ていただいた方が一定数訪れます。さらに期間限定でオープンカフェを開催されております。

直売所やカフェといった実店舗の販売を行うことで今までは違う客層へのアプローチをしています。

海外チャネルの開拓と拡大



10年以上、海外輸出を続けている伊藤農園様。よくある日本で売ってる良い商品止まりなところをいかにして、アジア・ヨーロッパへ展開していったのか、具体的なブランディング施策やリアルな現状については当セミナーにて語って頂きます。

大卒の若手が集まる企業へ

売上の拡大に伴い優秀な人材の確保と定着が必須になってきます。重要なのは会社の方向性やビジョンを提示して発信していくこと。伊藤農園様は「有田みかんとピュアなものづくりで新しい豊かな未来を作っていく」ことをミッションにしており、**複合農業施設の設置構想**などの目標を掲げております。

インターンや社内員会の設置、**年2回の経営方針発表会**など組織が拡大していく様々な工夫をされております。



経営方針発表会の様子

伊藤農園様の挑戦は続きます



年商30億の達成のために、2024年4月に伊藤農園様の事務所横に飲食店1号店をオープンされました。**新たに飲食(観光)事業を展開することで、通販、卸事業とのシナジー**を狙われています。

伊藤社長には年商拡大のポイントをより詳しく講演頂きます
質問や聞きたいことがあれば事前に弊社までお問い合わせください

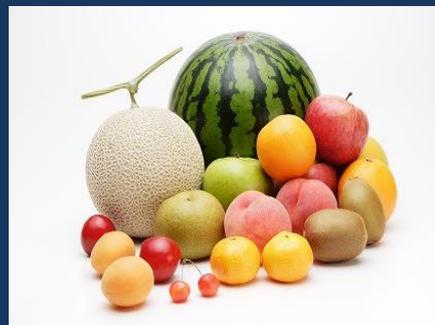
六次産業化の現実は厳しい！？ 通販参入で上手くいくポイント解説

六次産業化EC・WEB活用 実証済み 最新ビジネスモデル2024

紙上
解説

これだけ読めば、EC参入・拡大が成功する

重要な3つのステップ徹底解剖



TRUEコンサルティング
大谷 雄太

本レポートをお読みいただきましてありがとうございます。TRUEコンサルティングの大谷(オオタニ)と申します。六次産業化に関しては本当に利益の出る事業として成立するのか、投資する価値があるのかというところが一番の課題となっております。結論から申し上げますと、**戦えるマーケットを見つける**ことでまだまだチャンスがある市場だと考えています。

今回、**伊藤農園様**の事例を含め、六次産業化の一例として挙げられます。伊藤農園様は従来の農業に留まらず、製品の加工や付加価値の向上、さらには販売や情報提供などの付帯サービスを組み合わせて、地域の資源を活用し、地域経済の活性化に貢献しています。企業様が着実にブランド事業を立ち上げ利益を上げるためのモデルの紹介と成功のためのステップをご紹介します。

6次産業化がEC・通販で成功する重要な3ステップ

その1：生果から加工品への商品設計・導線設計を行う

その2：地道な認知拡大とチャネル拡大（ブランディング）

その3：BtoBとBtoCのEC通販の両輪を回すこと

大切なのは、ニーズのある商品をECチャネルで適切な販売をすること。自社のファンを育成しながら売上を拡大すること。この当たり前をちゃんとすると六次産業化を達成できるのです。

弊社のブランド成功企業情報をご覧ください。



TRUE流 六次産業化 別格の通販成功事例（一部）

TRUEのメーカー様向けの通販ビジネスモデルは、日本トップクラスの実績があります。その地域の特産品を生かした商品開発を行うということが重要になってきます。我々と他社の事例をぜひ比較をしてください。



りんご青果販売者様 通販年商2億達成

長野県産のりんごを新聞媒体を中心に展開している企業様。オリジナルりんごジュースを開発し、新聞経由のユーザー様とアマゾン等にて販売している。

フルーツ事業立ち上げ 通販年商2億円達成

地元のフルーツを青果市場から買い付けたものを通販で販売。各月の売上差をなくすために、オリジナルスイーツを開発。通販だけでなく道の駅でも置かれて売られている。



水産事業者様年商3億円達成

マグロやカツオを中心に卸をやられている水産事業者様。BtoC向けの商品開発や、生きたまま魚を配送するサービス等を進めて売上を地道に増やされている。

畜産企業様 通販年商2億達成

直販はふるさと納税のみやられていた畜産企業様。自社オリジナルのブランド和牛を展開し、スーパーで購入できないブロック肉、希少部位だけのバーベキューセットなど、価格競争にならないように商品を展開し、売上を拡大。



お電話でのご相談はこちら

☎03-3260-5011

受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

その1：青果から加工品への導線設計を行う

青果で安く顧客を集めるのと、リピート対策の徹底へ

青果が顧客獲得コスト低い傾向に

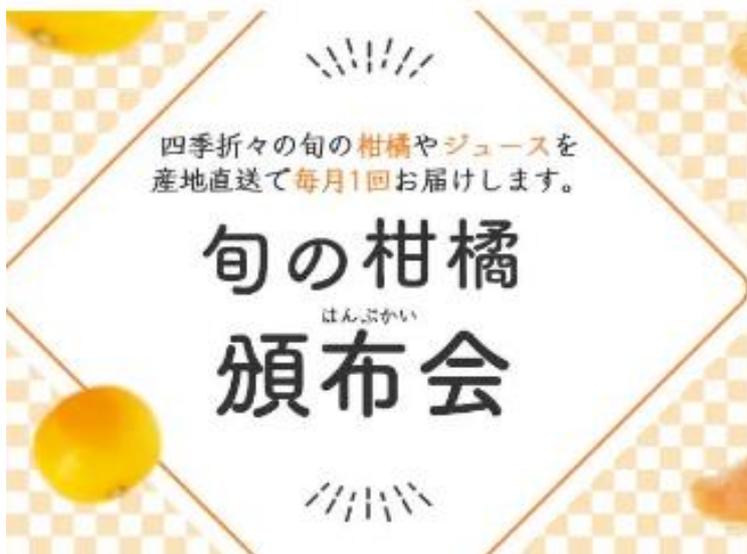
伊藤農園様の事例にあるように地域の特産品である青果の方が広告効果も高い傾向にあります。弊社も様々な企業様とテストしてきましたが、新聞広告、WEB広告(GoogleやMeta) 両方とも、**加工前の方が効果は高い**という結果になりました。また電話受注対応が可能であるならば**新聞広告の方がコストがいい**ということがわかっています。(2024年4月現在) 利益率も高い加工品を売りたい気持ちを抑えてまずは青果でしっかりと顧客(ファン)を増やすことに注力することが実は大事な要素なのです。



同梱物 / FAX / DM / メルマガ / LINE / 電話

しっかりと青果で新規顧客を獲得したらそのお客様には**同じものを再購入**、または**その商品を使った加工品を購入**の2択のどちらかでの着地を目指します。一番重要になってくるのは**同梱物**です。理想は購入商品別に新規顧客向けの同梱物を分けて入れることです。次のアプローチ施策ですが、メルマガ、LINE、FAX、DM、電話連絡になります。お客様の反応を見ながら内容や理想的なタイミングを見極めていきます。長年購入頂いている**ロイヤルカスタマー向けの定期的な情報提供や特典の提供**など、顧客との関係を深める取り組みも同時並行で進めていく必要があります。

定期頒布会



お客様のリピート率を改善するために、定期頒布会は有効なのですが**青果と加工品の両方入れる**ことでより加工品がお客様に浸透していきます。ただし加工品ならばと休止するお客様が増えたりするのでPDCAサイクルを回すことが重要です。定期的に顧客のフィードバックを収集し、サービスや商品の改善点を把握し、迅速に対応することで、顧客満足度の向上やリピート率の向上に繋がっていくことができます。



その2：地道な認知拡大(ブランディング)

リアル店舗とECを掛け合わせていく

利益が取れない催事を全国で開催！



伊藤農園様は認知度向上のため、利益を度外視し、全国各地で催事を積極的に開催しています。これはブランディング戦略の重要な一環であり、定期的に催事を開催し商品やサービスの魅力を広く発信しています。催事では顧客との直接的なコミュニケーションを図り商品の実演や試食などを通じて、顧客に直接アプローチしています。この取り組みにより、より多くの人々に当社の存在や魅力を広く知ってもらい、ブランド認知度の向上に貢献しています。実店舗がある企業様はリアル店舗とネット店舗を掛け合わせた企画を行うことを推奨しています。

プレスリリースを積極的に行う ※例は伊藤農園様

伊藤農園『100%ジュース』モンドセレクション金賞～最高金賞15年連続受賞
『ビューアフルーツ楽天ジュレ』金賞3年連続受賞しました。

株式会社伊藤農園 2023年6月22日 12時14分

株式会社伊藤農園は、世界的に有名な
国際評議機関「モンドセレクション（2023年度）」において、
<金賞（100点満点中90点以上）>
<金賞（90点以上）>を、5商品にて受賞いたしました。



雑誌「Forbes JAPAN」4月号「SMALL GIANTS(スモール・ジャイアンツ)」特集ページにて伊藤農園が掲載されました。

Forbes JAPAN SMALL GIANTS LOCAL HERO(ローカルヒーロー)受賞

株式会社伊藤農園 2023年7月11日 14時55分

有田みかんで有名な和歌山有田で120年あまりの歴史を持ち、
柑橘の青果販売、加工及び加工品の販売を行っている
株式会社 伊藤農園(和歌山県有田市 代表 伊藤 彰浩)は、
400年以上の歴史をもちみかんの産地、和歌山県有田市で
地域産業やみかん産家への責任感とグローバル視点が評価され、
この度、2023年11月に開催された
「Forbes JAPAN SMALL GIANTS AWARD 2023-2024」において、
ニッポンが誇る「小さな大企業」として選出された7社のうち
LOCAL HERO(ローカルヒーロー)賞に選出されました。

※公式サイト： <https://forbesjapan.com/articles/detail/69300>
※YouTube (アーカイブ)： <https://www.youtube.com/live/WnAbnMjPjA8>



集客、知名度が上がれば売れると確信できるような商品であるならばプレスリリースを計画的に企画して出していく。あたり外れが大きく10回に1回は成功するイメージで運用。1回3万円ほどコストがかかるので、一定以上の売上まで届いたら活用していきたい施策です。近年では企業側がプレスリリースで発表し、それをネタにSNSインフルエンサーやWEBライターを動かしていく手法で売上が急拡大している企業様が増えています。取り上げてもらえそうな情報発信を続けることで、どこかのタイミングで新聞媒体やTV媒体からお声がかかり、山を作ることができます。もちろんタイミングがあるのでコントロールすることは難しいですが、業界やお客様への知名度が大きく上がるので売上の壁をすんなり超えることができます。伊藤農園様では和歌山県内のみかん・柑橘を最も出荷している企業として自己ブランディングしながらメディア露出を続けています。

メディア放送一例
テレビ東京「ガイアの夜明け」
TBS「ジョブチューン」
テレビ東京「ソレダメ！」
NHK「ルソンの壺」
NHK「あさイチ」
NHK「突撃カネオ君」



ステップ3 BtoBとBtoCの両輪を回す



その3 : BtoBとBtoCの両輪を回す

卸も行うことで商品全体のボリュームを増やす

卸・法人通販の販売強化メリット

伊藤農園は、百貨店、商社、カフェ、観光土産店、スーパーなど、さまざまな販売先に卸しを行っています。卸売業は薄利多売の傾向がありますが、立ち上げ時の売上拡大性はBtoCに比べて高いと言えます。また、卸し先が多様であるため、商品の需要に応じて柔軟に対応し、市場のニーズに合った商品ラインナップを提供できるという利点もあります。このように、卸売業は売上を拡大しやすいという特性があり、伊藤農園もそのポテンシャルを最大限に活かしています。



卸用の法人サイト、Bカート、カタログを用意

業者様向け

カタログ請求は
コチラから！



青果



原料果汁



原料果皮

6次産業化が上手くいかない理由の一つは売上規模にありまして、早期に一定以上の規模になるためには、BtoC通販だけでなく、しっかりと卸にも力を入れる必要があります。地元の道の駅だけでなく、都市圏の物産展業者に卸をしたりするなど、どんどん範囲を広げていく必要があります。カタログを配布しカタログ請求者に対してアプローチする流れも整えていきます。

BtoCで売上が上がりやすいのがAmazon

弊社の中でここ数年で上手くいった六次産業化事例の多くがスタートはAmazonで生果、加工品を販売していく形です。できるだけ小ロット数をOEMして販売していき、うまくいった後に楽天市場、自社サイトなど販売チャネルを拡大していきます。売上が一定以上見込めるようになってから自社で機械を導入していきます。機械導入時(リースの場合も多い)に大きく営業利益が改善してやっと事業として大きな利益が残せるようになります。



より詳しく知りたい方に特別セミナーを開催いたします
伊藤農園の伊藤 彰浩社長にゲストとして登壇頂きます！ ▶



ここまでお読みいただいた経営者様へ
限定セミナー開催のご案内です。

参加者
累計
1000社超

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。
いかがでしたでしょうか？

アフターコロナの経済的な停滞感を打破するには、成長市場への挑戦が不可欠です。新たな市場に進出し、積極的な展開を図ることで、経済的な停滞を克服し、事業を拡大していくことが可能です。このチャレンジ精神こそが、未来のビジネスを成功に導く鍵となるでしょう。今回、伊藤農園さまの実例、弊社が提言している「年商20億まで成長した6次産業化の大成功事例」は、試行錯誤されながらも現場で実践・成功しているモデルになり、日本国内では知名度の低い食品、一次産業の皆様にとっても有効であると我々は考えます。

ここから本DM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2.5時間、しかも受講料は5,500円(税込)のみ！

**6次産業化 成功事例！年商20億まで成長した
伊藤社長から学ぶ事業拡大の秘訣**

- 通販・WEBに再チャレンジしたい、通販での売上が伸び悩んでいる経営者様
- アフターコロナで、事業構造を再編したい経営者様

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是非このセミナーにご参加いただき、伊藤農園様や弊社が取り組んできたことを実際に見て学び、明日からの経営に役立ていただければ幸いです。

→ 次頁にて、詳細のご案内。

メーカー様向け

6次産業化の大成功事例！年商20億まで成長した秘訣とは？

株式会社伊藤農園 伊藤 彰浩様 ゲスト講演

具体的にどんなことが学べるのか？

セミナーで学べることをほんの一部ご紹介いたします。

伊藤 様を含めて、質疑応答の時間を十分にとっており、
無料経営相談の時間なども用意しております。

- 加工品「みかんジュース&ゼリー」の売上拡大の軌跡
- 先代社長様が伊藤農園のみかんジュースを開発の秘話
- 2010年から通販の拡大期の施策
- 商品開発苦勞と低迷期
- 設備投資のリアル（売上10億円作るのに必要な投資額など）
- 大卒の若手が入社してくる人材採用と育成
- 広告費、売上、利益の実情
- 六次産業化成功のポイント
- BtoB向けの施策の数値（カタログ配布からの購入率など）
- 生果から加工品の導線設計を紹介
- SNSの現状を共有
- 商品開発の事例紹介
- 定期頒布会の誘導や変遷
- 海外チャネルの開拓まで
- BtoB専属担当者様の動きや流れ
- リアル店舗とECを掛け合わせる意味と方法
- 全国で催事を開催した結果（成功と失敗）
- プレスリリースを積極的に行った結果（成功と失敗）
- 今後の方向性について

いかがでしょうか？ 個別の自社商品・相談のついても、

セミナー以外の時間で個別相談スケジュールも確保しております。

最後に「**セミナー等の参加条件**」がございます。

今回セミナーは「伊藤様」のご講演ももちろんですが、我々が20年以上培ってきたリアルな経験値、お客様と共に実証してきた成功ノウハウであり、セミナーでの内容をしっかり実践することで着実に売上は上がってくるものと思われまます。最後の講座では、現場の最先端にいる我々からポイントをお伝えしていきます。我々とクライアント様が積み上げてきたノウハウは時間とコストをかけた貴重なものです。それをたった**2.5時間**と**数万円強**でお持ち帰りいただけるのです。

我々もご参加いただく企業様に対しては、**5つの条件**がございます。

- 1) 必ず経営者、経営幹部の方もご参加いただくこと
- 2) 本気でEC通販・WEB活用に成功する情熱があること
- 3) 年間投資額240万円以上が可能なこと
- 4) 本ビジネスモデルの導入をご検討いただくこと
- 5) セミナー前後の経営相談にご参加いただくこと

(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。すでに複数の企業様の参加が確定しており、**先着10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。本セミナーにご参加いただきまして、EC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。

セミナー講座カリキュラム

第0講座 14:00 ~14:05	本会の趣旨 & 講師紹介 ※5分程度の「ご挨拶時間」があります
第1講座 14:05 ~16:00	ゲスト講師 株式会社伊藤農園 代表取締役 伊藤様 6次産業化の大成功事例！ 年商20億まで成長した秘訣とは？
第2講座 16:00 ~16:30	トゥルーコンサルティング 6次産業化成功ポイントとサービス紹介

申し込み・お問い合わせは最終ページにあります



TRUE流 食品業界 別格の通販成功事例（一部）

TRUEの食品業界様向けの通販ビジネスモデルは、日本トップクラスの実績があります。「地方ならではの素材&技術を持っている」「地方に拠点がある」「キット化のような商品開発ができる」ということが有利に働くのです。我々と他社の比較をしてください。

ワイン専門商社 直販1億円以上

ヨーロッパの食品・ワインを専門とする専門商社様。卸を中心とした事業展開から直販の強化で支援を開始。現在では直販の売上も1億円を超える。ワインのセット商品やギフト商品など商品企画に対して深く踏み込む



韓国食品メーカー 年商1億円

韓国に本社を構える韓国食品メーカー様。ネットを中心とした直販を立ち上げから支援する。多モール展開を行い、SNSでの販促も強化する。ネット通販にあった商品企画や販促企画を行い、現在では年商1億円に達する見込みである。



キット化 初年度 年商1億円達成： ブランド牛専門店専門店

コロナの影響で通販のマーケットが伸びるのに合わせて、ネット通販を開始。モールでの販売開始後3か月、イベントギフトで月商1000万を達成。その後も売上を順調に伸ばし初年度で年商1億円を達成。



果物専門店 年商10億円

オフラインとオンラインの2軸で販売している果物専門店様。オフラインでの販売は商品特性にあった販売チャネルとなっており、新規顧客の効率的な獲得と高いリピート比率を誇っている。オンラインでは加工品の販売を伸ばすことによって果物の不作で影響されない事業体制を強化している。



お電話でのご相談はこちら

☎03-3260-5011

受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

TRUEコンサルティングの経験・実績 日本初 食品通販での書籍出版

ベストセラー



弊社の食品業界の実績は1000社以上、20年以上の経験に基づき、通販・ECにおいてコンサルティング・運営代行などのサービスを提供させていただいております。

<書籍の出版>

2020年5月に出版させていただきました書籍については食品・食材通販に特化した内容では日本で初めての内容を盛り込んでおります。

立ち上げにおける注意点、売れる商品づくり、モデル企業様の事例などまでをわかりやすく解説している書籍でございます。

ご購入は下記からお願いいたします。

地方・中小が圧倒的に有利! 食品企業の成功する通販・直販ビジネス (DOBOOKS)
ツールコンサルティング株式会社



Amazonにて検索 販売中

食品 通販

検索

創業74年 島乃香 通販事例



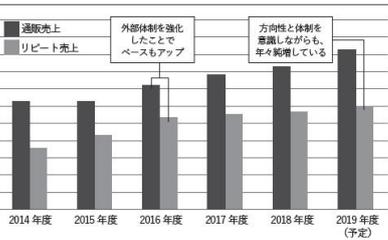
通販担当



塩田さん



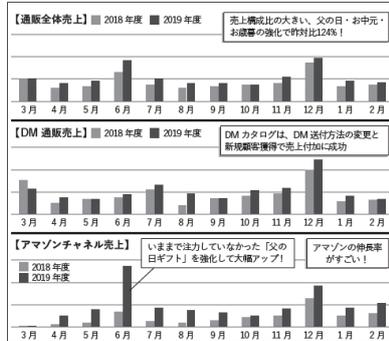
中原さん



珍味を極める 伍魚福 通販事例



BtoC 通販担当 田中さん



越前宝や (株式会社たからや商店)

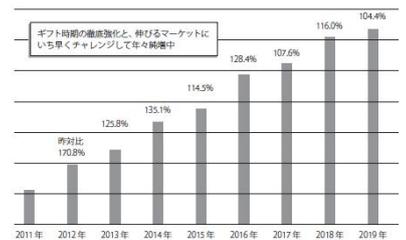


うず塩干物のどぐろ入6種18枚セット



旨増漬け6種12切れセット 骨まで食べられる焼き魚

売上推移



お電話でのご相談はこちら

03-3260-5011

受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等

EC・通販のシェアトップ企業を創出するコンサルティング企業。地方の中小メーカーを対象に、ダイレクトマーケティングモデルを活用し、事業立ち上げ・高収益化を行ないながら日本トップ規模に拡大することを得意としている。

現在、トップシェアになったクライアント企業は100社以上あり、累計1,000件以上のコンサルティング案件の実績がある。

独立行政法人中小企業基盤整備機構の助成金審査や講師、業界紙への執筆・講師なども行ない、業界No.1のコンサルタントを輩出している。

ホームページ <https://www.top1-consulting.com/>

越境EC・海外WEB.com <https://true-global-ec.com/>

メール info@true-con.com

TEL 03-3260-5011



元船井総合研究所No.1コンサルタント

EC・通販の実績では**月商1,000万～10億以上**まで幅広い実績を持つ、EC・WEBマーケットの第一人者

元船井総合研究所のWEBグループのトップとして、立ち上げ&拡大を行い、個人でもトップコンサルタントとして社内No.1の実績を持つ(2015年1月末退職)。

業界No.1、海外チャンネルで勝てるEC・通販ビジネスに成長させたクライアント企業数は、70社以上あり、累計800件以上の通販・EC案件を経験している。

現在は越境ECを含めた海外WEBマーケティングに集中し、日系&クライアントの実績を拡大させている。

トゥルーコンサルティング株式会社

代表取締役CEO **萱沼 真吾**

コンサルタント・分析スタッフ

合わせ30名弱の体制で業界とクライアントに貢献をしていきます。

TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等



Be a Great Small.
中小機構

中小機構様での講演・審査を実施

独立行政機関の中小機構さまのプロジェクトなどの講師、審査員などを実施。中小企業のEC・越境をバックアップしています。



ネットショップ担当者フォーラム コラム記事、セミナーなど掲載

メディアである「ネットショップ担当者フォーラム」にてコンサルティングやセミナー情報などを執筆・取材して掲載していただきました。



CHINA&ASIA様 インタビュー掲載

中国とアジアに特化した雑誌である「CHINA&ASIA」様に海外展開と越境ECについてのインタビューを掲載していただきました。



日本ネット経済新聞様 他 越境EC関連図に掲載

日本ネット経済新聞様などがまとめているEC業界の関連図に掲載されました。弊社は越境EC部門の一部として紹介されています。



SMBC日興証券様 主催セミナー

地方メーカー様に対して、ダイレクトマーケティングについてのセミナーを開催された。そのセミナーの講師として参加。



ECのミカタにて取材、 コラム記事、セミナーなど掲載

メディアである「ECのミカタ」にてEC事業コンサルティングや会社設立経由などを執筆・取材して掲載していただきました。

日本ネット経済新聞 取材、クライアント企業など掲載

メディアである「日本ネット経済新聞」にてECコンサルティングや越境ECなどを取材して掲載していただきました。また、弊社のクライアントも多数掲載していただきました。

中小機構様のECイベントにおける講演

◆ ECキャンプ2019～2022年

【期間】2019年9月から連続
【講演内容】越境EC 立ち上げセミナー



“まるごと”
越境ECフェスティバル2019

2019 9/9月 10:00~17:00
ベルサール新宿グランド5F
[受付開始 9:30~]
参加費無料

お申込用紙 申込FAX : 03-5539-3933

日程 : 6月13日 (木) 受付 13:45 , 講演 14:00~16:00

場所 : オンラインWEBセミナー ※事前にZOOM手配をいたします

お試し参加 : 5,500円 通常参加 : 58,000円



お問合せ・申し込み : 本用紙に記入をいただきFAXをいただくか、右のQRコードにてWEBからお申し込みくださいませ。また、お問い合わせ等は電話でも受け付けております。電話 : 03-3260-5011

キャンセルについて : 開催日から15日以前はキャンセル無料、14日以内は50%、7日以内は100%いただきます。ご了承くださいませ。

6次産業化の大成功事例！ 年商20億まで成長した伊藤農園さんから学ぶブランド化の秘訣

<input checked="" type="checkbox"/> チェックをしてください	<input type="checkbox"/> セミナーに参加する 、 <input type="checkbox"/> 個別に相談がしたい			
お申し込み欄				
フリガナ		フリガナ		
御社名		代表者名		
フリガナ	役職	メールアドレス		
ご連絡担当者	受講票の発送をもって受付とさせていただきます。			
住所	〒			
TEL	() -	FAX	() -	
御社の営業状況	主要取り扱いカテゴリー	企業年商 千円	ネット年商 千円	
		ネットショップ営業利益 千円		
御参加者詳細	ご参加者氏名	役職名	ご参加者氏名	役職名
	フリガナ		フリガナ	
今回、お申し込みを頂いた方は、間違いなく自社の将来を真剣に考えている数少ない経営者・幹部のお一人だと思います。 そんな御社の現在の現状・課題等をお聞かせ下さい。 【現状の課題を出来るだけ具体的に整理してください】				
今回のセミナーにご参加される方は、無料個別経営相談がセットです。(どちらかに☑をつけてください)				
<input type="checkbox"/> セミナー当日、個別無料経営相談を希望する。				
<input type="checkbox"/> セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)				

【個人情報に関する取り扱いについて】

1. 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった当社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、

お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。

2. セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を当社が個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データと託すことがございます。

3. 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

4. お客様の個人情報に関する開示・訂正、追加、停止又は削除につきましては、こちら TEL:03-3260-5011までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】

トゥルーコンサルティング株式会社 お客様相談室:TEL:03-3260-5011

ご提供いただいたご住所あてのダイレクトメールの発送を希望されないときは、右の口をチェックをおつけください。 希望しない



TRUE
CONSULTING