

《事業者支援の宿題》

事業者名

シンプル・ベジ

■商品やサービスについて質問します。

| 質問 | 回答 |
|-------------------------------|---|
| 1 番売りたい商品やサービスは何ですか？ | <p>春菊（サラダ用）</p> <p>春菊ボックスは 500 g 3000 円</p> <p>（送料込み）</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin-left: 100px;"> <p>売価 100g 1 束 300 円</p> </div> |
| 何故売りたいのですか？ （複数回答 可） | <p><input type="checkbox"/>収益性が高いから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>1 番売れているから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>1 番メディアに広告宣伝（有料で）をしてきたから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>頻繁にメディア（無料で）に紹介されるから</p> <p><input type="checkbox"/>先代（または過去）から注力して販売活動をしてきたから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>経営者自身が、その商品やサービスに愛着があるから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>経営者自身が、その商品やサービスが大好きだから</p> <p><input type="checkbox"/>社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスに愛着があるから</p> <p><input type="checkbox"/>社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスが大好き（おいしい等）だから</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>その他</p> <p>（その他に<input checked="" type="checkbox"/>を入れた方は、詳細を記入のこと）</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 100px;"> <p>春菊は生でもおいしく、葉野菜の中でも栄養価が高く、もっとたくさんの方に春菊を食べてほしいと思うから。</p> </div> |
| 1 番売りたい商品やサービスの「売り（強み）」は何ですか？ | <p>・お客様から過去に頂戴したお褒めの言葉から推察</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 100px;"> <p>・生で食べれるように無農薬で栽培しているため安全面で安心感がある。</p> <p>・茎が柔らかく、苦みが無い。</p> <p>・野菜嫌い（春菊嫌い）の子供でも食べやすい風味。</p> </div> <p>・経営者以外の社員やアルバイト・パートが過去に発した言葉から推察</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 100px;"> <p>・他の春菊に比べても栄養価が高いため、栄養訴求がしやすい</p> <p>・春夏はサッパリした風味、秋冬は甘みが強くコクがある風味</p> <p>・しゃぶしゃぶにして食してもおいしい。</p> </div> <p>・売り（強み）を裏付けるデータや調査結果をお持ちですか</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-left: 100px;"> <p>・関西大学工学部生物科にて、栄養価調査を 3 年に 1 度実施し、ポリフェノール以外の栄養素が他の春菊よりも突出して</p> </div> |

| | |
|--|---|
| | <p>いる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関西大学工学部生物科とともに、官能検査を実施し、他の春菊よりも、苦みが少なく甘みが強く、茎がしなやかで柔らかいことを確認。 |
|--|---|

| 質問 | 回答 |
|---------------------------------|--|
| 2 番目に売りたい商品やサービスは何ですか？ | 個人向け宅配ボックス |
| 何故売りたいのですか？ (複数回答 可) | <input checked="" type="checkbox"/> 収益性が高いから <input checked="" type="checkbox"/> そこそこ売れているから <input type="checkbox"/> そこそこメディアに広告宣伝（有料で）をしてきたから <input type="checkbox"/> 頻繁にメディア（無料で）に紹介されるから <input type="checkbox"/> 先代（または過去）から注力して販売活動をしてきたから <input checked="" type="checkbox"/> 経営者自身が、その商品やサービスに愛着があるから <input type="checkbox"/> 経営者自身が、その商品やサービスが大好きだから <input type="checkbox"/> 社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスに愛着があるから <input type="checkbox"/> 社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスが大好き（おいしい等）だから <input checked="" type="checkbox"/> その他 （その他に <input checked="" type="checkbox"/> を入れた方は、詳細を記入のこと） <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> 個人向けの直販は1番収益性が高く、事業の利益率の確保のために必須だと考えるから。 </div> |
| 2 番目に売りたい商品やサービスの「売り（強み）」は何ですか？ | <ul style="list-style-type: none"> ・お客様から過去に頂戴したお褒めの言葉から推察 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・春菊以外のお野菜も相応においしい。 ・すべて無農薬のお野菜のため、安全性で安心できる。 ・野菜嫌いの子供でも食べやすい風味。 ・わざわざ外出して買い物に行かなくても良いから便利。 ・生産者が信頼できる。 ・品種が貴重なものばかり。 ・栄養価が高そう。 </div> <ul style="list-style-type: none"> ・経営者以外の社員やアルバイト・パートが過去に発した言葉から推察 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・春菊以外のお野菜も相応においしい。 ・わざわざ外出して買い物に行かなくても良いから便利。 ・生産者が信頼できる。 </div> |

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・ 品種が貴重なものばかり。 ・ 売り（強み）を裏付けるデータや調査結果をお持ちですか ・ 関西大学工学部生物科にて、栄養価調査を3年に1度実施している。 ・ 関西大学工学部生物科とともに、官能検査を実施し、他の農園の野菜よりも、美味しいことを確認。 |
|--|--|

| 質問 | 回答 |
|--|--|
| <p>1番目と2番目に売りたい商品やサービスをそれぞれ回答いただきましたが、その順位の差は、一言で説明すると、何が原因ですか。 (複数回答 可)</p> | <p> <input type="checkbox"/> 1番目の方が2番目比べ収益性が高いから <input type="checkbox"/> 1番目の方が売れているから <input type="checkbox"/> 1番目の方がメディアに広告宣伝(有料で)をしてきたから <input type="checkbox"/> 1番目の方が頻繁にメディア(無料で)に紹介されるから <input type="checkbox"/> 1番目の方が先代(または過去)から注力して販売活動をしてきたから <input type="checkbox"/> 1番目の方が経営者自身が、その商品やサービスに愛着があるから <input type="checkbox"/> 1番目の方が経営者自身が、その商品やサービスが大好きだから <input type="checkbox"/> 1番目の方が社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスに愛着があるから <input type="checkbox"/> 1番目の方が社員やアルバイトやパートの方々が、その商品やサービスが大好き(おいしい等)だから <input checked="" type="checkbox"/> その他 (その他に<input checked="" type="checkbox"/>を入れた方は、詳細を記入のこと) </p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>もともと経営者の大好物の春菊を、更においしく食べていただきたいとの思いで創業しているため、春菊を普及する(販売していく)ことには労を惜しまない想いであるため。</p> </div> |

■ 1 番目に売りたい商品やサービスのマーケティング活動について質問します。

⇒見込客の視点

| 質問 | 回答 |
|---|---|
| <p>回答いただいた 1 番売りたい商品やサービスは、どのような場面でお客様と接触可能ですか。2次元（紙媒体やWEB）、3次元（リアル）の2つの視点で考えてみてください。</p> | <p>・ 2次元（紙媒体やWEB）</p> <div data-bbox="815 506 1362 938" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>次のような例を参考に、なるべく沢山、列挙すること・・・。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アメブロのサラダ コミュニケイ ・ ハッシュタグ「春菊」による SNS ・ 地域新聞（タウンニュース等） ・ ぱど等のクーポン券掲載紙 ・ ブログ記事の読者 ・ SNS ページのいいね！者 </div> <p>・ 3次元（リアル）</p> <div data-bbox="815 987 1362 1420" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>次のような例を参考に、なるべく沢山、列挙すること・・・。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 仲良くしている農家の顧客 ・ 卸している飲食店の顧客 ・ 既存顧客の知人や友人 ・ 大学や中学校、小学校等の同窓会 ・ 学ぶために出かける学習の場等（藤野商工会のセミナー等） ・ 日常の消費者向けイベント等への出店 </div> |

| 質問 | 回答 |
|--|---|
| <p>回答いただいた接触可能場面ですか。2次元（紙媒体やWEB）、3次元（リアル）で、それぞれどれだけの方々と接触可能かを検討してください。</p> | <p>・ 2次元（紙媒体やWEB）</p> <div data-bbox="815 1615 1362 1998" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>次のような例を参考に、列挙した内容について、全て検討すること・・・。</p> <p>・ ハッシュタグ「春菊」による SNS</p> <p>インスタグラムでハッシュタグ「春菊」投稿者は直近1年で約6万人。さらにハッシュタグ「春菊」「サラダ」では3000人。つまり3000人にハッシュタグ「春菊」「サラダ」で接触可能。</p> </div> |

| | |
|--|--|
| | <p>・ SNS ページのいいね！者 シンプル・ベジの企業ページには約 2700 人のいいね者数。そのうち投稿時の既読者数はかねがね 15%前後。つまり 2700 人×15%の方々と接触可能。</p> <p>・ 3次元（リアル）</p> <p>次のような例を参考に、列挙した内容について、全て検討すること・・・。</p> <p>・ 仲良くしている農家の顧客 日頃、仲良くしている農家は 16 件。そのうち春菊を生産していなくてカニバラ無い農家は 7 件。その先の一般消費者の顧客は 1231 件。つまり 1231 件に接触可能。</p> <p>・ 卸している飲食店の顧客 日頃、卸している飲食店は、110 店舗。そのうち、シンプル・ベジに肩入れしてくれている飲食店は 30 店は固い。この 30 店には延べ月当たり 4000 人来店するため、4000 人に接触可能。</p> |
|--|--|

| 質問 | 回答 |
|---|---|
| <p>回答いただいた接触可能場面を踏まえると、どのような見込市場規模になるかを計算してみましょう。</p> | <p>・ 2次元（紙媒体やWEB）</p> <p>次のような例を参考に、列挙した内容について、全て検討すること・・・。</p> <p>・ ハッシュタグ「春菊」による SNS 3000 人にハッシュタグ「春菊」「サラダ」で接触可能なため、3000 円の春菊ボックスを客単価に設定すると、次のような見込になる。</p> <p>見込市場規模：3000 円×3000 人＝9,000,000 円</p> <p>・ SNS ページのいいね！者</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>2700 人のいいね者数のうち、15%がリアルに既読しているため、こちらの人数を基に計算する。なお客単価は、春菊ボックスの 3000 円を客単価に設定する。</p> <p>見込市場規模：3000 円×2700 人×15% =1,215,000 円</p> <p>・ 3次元（リアル）</p> <p>次のような例を参考に、列挙した内容について、全て検討すること・・・。</p> <p>・ 仲良くしている農家の顧客 接触可能な 1231 件に 1 束 300 円の春菊を販売してもらおうと設定すると、次のようになる。</p> <p>見込市場規模：300 円×1231 人 = 1369,300 円</p> <p>・ 卸している飲食店の顧客 日頃、懇意にしている飲食店の 4000 人の来店客に対して、1 束 300 円の春菊を物販してもらおうと設定すると、次のようになる。</p> <p>見込市場規模：300 円×4000 人 = 1,200,000 円</p> |
|--|--|

⇒販路開拓の視点（新規客獲得の視点）

| 質問 | 回答 |
|--|--|
| <p>回答いただいた接触可能場面を今一度、頭の中にイメージし、どのような販路開拓の取り組みが可能かを検討してみましょう。</p> | <p>・ 2次元（紙媒体やWEB）</p> <p>次のような例を参考に、列挙した内容について、全て検討すること・・・。</p> <p>・ ハッシュタグ「春菊」による SNS ⇒ハッシュタグ「春菊」「サラダ」で初回</p> |

購入時に割引の投稿を実施し、その投稿を申込時に確認できた場合に、初回利用割引を実施する。

⇒ハッシュタグ「春菊」「サラダ」で日頃の取り組みを度々投稿し、コメント欄にコメントを寄せた方に、画像で初回購入時割引クーポンを直接メッセージにてご案内する。

・ SNS ページのいいね！者

⇒日頃の投稿にコメントを寄せる方を対象に、個別でメッセージし、購入時の割引クーポンを画像データで配布する。

・ 3次元（リアル）

次のような例を参考に、列举した内容について、全て検討すること・・・。

・ 仲良くしている農家の顧客

⇒仲良くしている農家に働きかけ、野菜の宅配時に、春菊の案内チラシを配ってもらう。

⇒仲良くしている農家に働きかけ、野菜の宅配のメニュー表に、春菊を追加して販売してもらう。

・ 卸している飲食店の顧客

⇒仲良くしている飲食店に働きかけ、レジ精算時に、春菊の案内チラシを配ってもらう。

⇒仲良くしている飲食店に働きかけ、レジ前やレジ横、トイレやテーブル等に、店頭で春菊を物販していることを訴求するPOPを取り付け、店頭で販売してもらう。

■久保より助言（以下は回答いただかなくて結構です）

《商品やサービスの訴求ポイントについて》

《見込客の想定について》

《販路開拓（新規客獲得）の取り組み手段や予算について》

《今後の商品やサービスの改善について》

《その他の視点について》

