

直販モデルが
たった1日で
わかる！！

地方の中小企業が、
ECを最後発で挑戦して

たった6年で売上20倍

日本一の商品作り×ECモデル

秋田屋本店様 講演



株式会社秋田屋本店
マーケティング部 部長
丸山 浩司様

業界No.1へ 食品ECマーケティング

最新事例を大公開！

他社に完全に遅れてEC参入してもEC事業(自社・AMAZON)を毎年150~200%成長させる。近年EC市場も競争激化で業績が伸び悩む企業が多い中で一体どんな戦略で業績を伸ばし続けているのか！

今回は特別に丸山様の基調講演をさせていただきます。

※競合他社・同業はお断りします。

2025年3月28日(金)開催 TRUEコンサルティング主催 成功企業セミナー 秋田屋本店様

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



秋・屋

AKITAYA

養蜂の本場「岐阜」にある日本最古の養蜂問屋が営む
ネット專業のはちみつ専門店

創業200年以上の江戸時代から続く
日本最古の養蜂問屋である秋田屋本店。

2017年より、はちみつやはちみつ加工品のECを強化。
メーカーとして商品企画・開発から出荷まで一貫して対応

メーカー型ECで6年で売上20倍を達成した
戦略・マーケティング手法に関してご講演頂きます。

モデル企業：『秋田屋本店様』のポイント

- ① **日本一クラスの商品開発力！
20倍伸びるには理由と設計がある！**
- ② **かわいいパッケージとギフト展開**
- ③ **自社サイトとAMAZONとの運営方法の差別化！**
- ④ **業界最安値基準のCPAで新規顧客を獲得する方法！
(SNS、リスティング広告など)**

EC強化たった6年で売上20倍達成の軌跡！

はちみつ・はちみつ加工品EC 業界トップクラス「秋田屋本店」

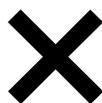
自社の強みである「商品力」×「ECマーケティング」で
ファン拡大⇒売上拡大を狙う

2017年時点のEC事業は金なし、コネなし、知名度なしの状態。
丸山様が加入されてどのような戦略・手法で売上を伸ばしていったのか？
国内ECで圧倒的に結果を残し成功しているリアルをお聞きしました！

秋田屋本店 丸山様 × トゥルーコンサルティングのインタビュー！



株式会社秋田屋本店
マーケティング部 部長
丸山 浩司様



TRUEコンサルティング
取締役
西川 正太可

御社の成り立ちと現状をお聞かせください。

創業文化元年(1804年)。江戸時代から続く老舗養蜂問屋



秋田屋本店は1804年に初代 中村源次郎が材木商を開いたのがはじまりです。
その後社名の由来となった秋田杉を使い、巣箱などの養蜂器具を製造したことをキッカケに、日本で近代養蜂が始まった頃から養蜂に携わってきました。
そして現在、近代養蜂発祥の地となった「岐阜」から、はちみつの可能性を拓ける新たな挑戦を始めています。

EC強化たった6年で売上20倍達成の軌跡！

2017年から本格的にEC育成に取り組み、主力商品のはちみつ・加工品の強化とメディア戦略を実施。



元々BtoBの仕事が本業で、対一般の方に向けた商売を強化してませんでした。過去健康食品・化粧品・はちみつの通販事業も営んでいたのですが、改めて2017年から弊社の主力商品であるはちみつ・はちみつ加工品の通販事業を強化していきました。

EC参入・育成がかなり後発だったのもあり、特に初期強化したのはEC向けの商品開発です。またお客様が安心して秋田屋本店を選んでもらえるように、メディアに取り上げてもらえるような設計を考えてECの販売力強化を行っておりました。

今のEC事業モデルはどのような構造ですか？

自社で企画・開発した商品をECで販売 お客様への「認知」から生産⇒販売⇒発送まで一貫したマーケティング



商品企画・開発から発送まで全て自社で行っており、**7年前と違って加工食品の数を50品近くまで増やしました。**

メディアの露出も特に広告費を払うわけでもなく、年に数回TVで紹介されることや著名人の方が雑誌に掲載してくれるようになり認知度も多少上がってきたと思います。

販売チャネルは自社サイトとAMAZONになりまして、AMAZONは近年秋田屋としても強い販売チャネルの1つになりました。

秋田屋本店様 EC業績アップのためのポイント

①日本一クラスの商品開発力！ ～20倍伸びるには理由と設計がある～

商品を開発する際にポイントとしているのは、はちみつに興味がない人にどう興味を持ってもらうか。はちみつは市場規模が約213億円と小さく、単体で売上を伸ばすだけでは限界が低いため、**ヨーグルトなど他の市場規模が大きいカテゴリーからお客さんを引き込むことを意識して商品を開発しています。**



そうすることでレッドオーシャン化しているはちみつ内での戦いではなく、今まではちみつとは無縁だった方に向けたブルーオーシャンの戦いに持って行くことができ、価格以外の価値を訴求しやすくなります。またそれを実現する上で大切なのが**消費者目線で『見た目と中身で差別化』すること**だと思っております。

②かわいいパッケージとギフト展開



ギフト商品はパーソナルギフトにも対応できるよう、**可愛いさや持ち運びやすさを意識した上で、お渡しする時にコミュニケーションのキッカケになるようなちょっとした“ひと工夫”**をしています。また時代に合わせて**住所を知らない相手にもギフトを贈ることができるeギフト**もリリースしました。

秋田屋本店様 EC業績アップのためのポイント

③自社サイトとAMAZONとの運営方法の差別化！

弊社ではあえて多店舗をせずにECの販売先を「自社サイトとAMAZONの2つ」に絞って運営しています。自社サイトではファンになってくださる会員の増加に伴い、はちみつだけでなく、加工品の打ち出しを強くしていることから、



はちみつ以上に加工品売上が高くなって
おります。またAMAZONでは需要が顕在
化している純粋な国産はちみつを単品や
ギフト商品で販売しております。2店舗を同
じやり方で進めるのではなく、チャネル特
徴を踏まえて攻め方を変えることで両チャ
ネルとも150%を超える成長を維持でき
ています。
注文数も過去1日0件の日があったのが、
今では1日最大3,600件の注文が入るよう
になりました。



秋田屋本店が考える「自社とアマゾンの違い」

(自社サイト)

自社サイトはそもそも自分たちが行動しないと誰も来ないサイトなので、**オリジナルの商品や集客施策を行う必要**があります。

(AMAZON)

AMAZONは**需要が顕在化(はちみつ単品、ギフト)しているものが売れやすい**ので、それに合わせた商品で販売強化を行います。

秋田屋本店様 EC業績アップのためのポイント

④ 業界最安値基準のCPAで新規顧客を獲得

弊社ではGoogle広告よりも、食品企業があまり積極的ではない、SNS広告も積極的に広告を出していません。

『商品の魅力×お客様に見せるクリエイティブ』

に徹底的にこだわっております。

様々な広告媒体や配信ターゲティングを考え抜くことで、



業界最安値クラスのCPA(新規獲得コスト)を実現しております。

セミナーでは弊社が今まで実施してきた新聞・雑誌・ネット広告・SNS広告・インフルエンサー活用・LINEなどの考え方などをお伝えできればと思っております。

今後の戦略

秋田屋本店様の今後の方向性はどう考えていますか？

人生にひとさじの”ワクワク”を



この数年で食品EC市場で秋田屋本店一定の知名度まで上げることができました。しかしまだまだこの市場でやるべきミッションが我々にはあると思っております。

弊社のミッションである「人生にひとさじの”ワクワク”を」はずっと変わらないスタンスとして、今後は更にはちみつの種類と多様性のある楽しみ方ができることを活かして「お客様が新しい発見を体験できる商品開発」をして世の中に広めていきたいと思っております。

ちょっとした幸せをたくさんの人に提供できたという証拠として、具体的な数値ですと初回購入からのリピート率を50%まで引き上げることなどの指標も決めております。

はちみつ入りと聞いた時のワクワク感はそのままに、”ワクワク調味料”はちみつと他の素材を組み合わせ、もっとワクワクな何かを創り出す。そうすることで、お客様の暮らしに今よりちょっとだけしあわせな毎日をお届けしたいと想っています。



オリジナル商品で業界No.1 達成 商品開発×ECマーケティング

メーカー型EC 業界No.1達成モデル

秋田屋本店様のECモデルは、自社サイトでのファン作り、価格競争や差別化で悩まれている企業様に最適なビジネスモデルです。

EC業界No.1になれば**EC年商最低でも3億円以上は狙うことは可能だと思います。**

「メーカー向け EC業界No.1達成モデル」

事業構築の5つのメリット



ポイント①

EC年商 最低でも3億円以上
将来のEC目標値(売上・利益・商品構成)が設定できる

自社が狙うべきカテゴリの規模感や、単品での売上目標を建設的に立てることで将来像が見えてきます。この設計をまずは立てることで、今後やるべき商品開発やスケジュールが見えてきます。

ポイント②

営業利益率10%以上の高収益事業の確立

直販の魅力は高い粗利率。結果、営業利益も高くなり、次への投資をしていくだけのキャッシュも増えてきます。やはり、自社企画商品は**最低でも営業利益率を10%以上が必達だと考えます。**

ポイント③

狙ったカテゴリで日本一売れる商品開発ができる！

どうすればヒット商品ができるのか、市場・競合の分析の仕方など商品開発のポイントを抑えることが可能です。ECでは1品あたり最低でも

ポイント④

メーカー型ECとして売れるブランド構築ができる

メーカー型ECとしてどういう要素が顧客に好まれるのか、こういったポイントを押さえるべきなのかしっかりと理解することで購入率が高い売れるブランド構築が可能です。

ポイント⑤

ECで作った実績を元に卸事業の拡大も可能

近年ECで売れる商品を小売店・商社は仕入れ強化しております。実績ある商品は日本を始めとして世界へ卸拡大が可能です。

当日のセミナースケジュール

2025年3月28日(金)

ECで業界NO.1を本気で目指す企業対象

秋田屋本店 様 ご講演
地方の中小企業が、ECを最後発で挑戦してたった6年で売上20倍
日本一の商品作り×ECモデル セミナー

【開催日】 2025年3月28日(金) ※詳細は受講票等でご確認ください。

【開催時間】 14:00 ~ 16:30 / お試し5社まで

【ZOOM入室開始】 13:45

セミナー講座カリキュラム

第0講座 14:00 ~14:05	本会の趣旨説明 & 講師のご紹介
第1講座 14:05 ~16:20	ゲスト講師 株式会社秋田屋本店 マーケティング部 部長 丸山 浩司様 日本一の商品作り×ECモデル セミナー ※質疑応答時間もございます
16:20 ~16:30	まとめ & 次回のご案内 (TRUEより)
終了後 16:30 ~17:00	(ご希望の会社様対象)EC相談会

本セミナー講師

株式会社秋田屋本店
マーケティング部 部長 丸山 浩司様

大手菓子メーカーにてマーケティング職に約12年間
従事し多数の商品開発・プロモーションを実施した
後、岐阜県の老舗養蜂問屋「秋田屋本店」のマーケ
ティング部立ち上げに参画。大手NBメーカーならで
はの強みと地方中小企業ならではの強みを掛け合わ
せることで、ECの売上を6年で20倍に拡大。



このようなお悩みをされている企業様にオススメです！

- * 成功している企業はどんなことをしているの？
- * 売れる商品開発のポイントは？
- * 自社とモールの差別化をどうすれば良いのか？
- * EC事業の戦略・方向性を決めたい
- * 通販事業を強化したいが、まず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？
- * 競合他社に勝つ方法は？
- * 企業ブランドイメージをアップさせる手法とは？
- * 自社が価格優位性を獲得する方法とは？
- * 成功事例を沢山聞いてみたい！

今回はセミナーにて2時間ほど、しかも、**初回22,000円(税込)**で業界トップクラスの企業様の取り組みが聞けます。

(主催企業 トゥルーコンサルティングより)

秋田屋本店様のセミナーのご案内をお読み頂き、ありがとうございました。通常他社様の実際に取り組んできたノウハウを学ぶ機会はずいぶん多いですが、「少しでも多くの企業様に自社が成功してきた取り組みを伝えたい」と秋田屋本店様の承諾を得て、遂にセミナーを実施できることになりました。

参加企業様には、長年秋田屋本店様が今まで培ってきたビジネスモデルを学んでいただき、今日からの経営判断・実践の場で徹底的に活かして欲しいと思っております。

西川 正太可

セミナー主催企業 トゥルーコンサルティング(株)
取締役

西川 正太可

通販・WEBマーケティングの支援案件100社以上。

「通販で特定カテゴリーの業界No.1化」・「高額品の通販」に強く、年間売上2億のネットショップを10億円にすることを得意としている。

国内通販は化粧品・健康食品・アパレル分野で培った先進的なマーケティング手法は全国の経営者様から高い評価を受けている。海外は7年にも及ぶ海外EC実戦経験を持っており、特に東南アジア地区・タイについては現地大手である財閥企業のEC拡大のコンサルティングや海外ECサイトの立ち上げを行う。



お申込用紙 申込FAX: 03-5539-3933

日程: 3月28日(金) 受付 13:45, 講演 14:00~16:30

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: 22,000円(税込) 通常参加: 58,000円(税込)



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。

秋田屋本店様 講演 日本一の商品作り×ECモデルセミナー

<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		
会社名				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	() -		
営業状況	主要取り扱いカテゴリー	企業年商	ネット年商	ネットショップ営業利益		
		千円	千円	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・幹部の一人だと思います。ご相談等ありましたらお問い合わせいたします。						
【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・会社名・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、右の口々にチェックをおつけください。 希望しない