

野村乳業御中 通販事業成長戦略のご提案

貴社の「強み」を最大化し、持続可能な成長を実現するために

通販事業の売上1.5倍を実現する戦略的アプローチ

アジェンダ

1. 現状認識の共有

1

2. 提案基本方針

2

3. 3ステッププラン

3

4. 支援メニュー・費用感

4

5. 支援体制・次のステップ

5

野村乳業様の通販事業の成長戦略について、現状分析から具体的な施策、そして実行支援体制まで段階的にご説明いたします。

現状認識の共有

貴社とのミーティングを通じて、現状を以下のように認識しております。野村乳業様は高品質な商品と信頼性を有する一方で、通販事業においては機会損失やリソース不足などの課題が見られます。これらの強みと課題を正しく把握することが、持続可能な成長戦略構築の第一歩となります。

現状認識の主なポイント

圧倒的な商品力と熱心なファン層の存在

実店舗販売による信頼性の高さ

潜在的な需要と機会損失の状況

通販事業の成長課題

貴社の強み

高品質な製品による顧客満足度の高さが最大の強みです。「人生が変わった」という顧客の声や、リピート購入率の高さがこれを裏付けています。また、全国のスーパーやコストコでの実店舗販売は、Web限定商品にはない安心感と信頼性をもたらしています。テレビ等のメディア露出による認知と、「マイフローラ」の検索数からも、潜在的なブランド力と需要の高さが伺えます。

詳細分析

圧倒的な商品力

「人生が変わった」と感謝されるほどの高品質な商品と、熱心なファン層が存在しています。

信頼性の高さ

スーパーやコストコなど全国の実店舗で販売されていることによる、Web限定商品にはない安心感があります。

潜在的な需要

テレビ等で紹介される機会があり、商品名「マイフローラ」での検索が月間4,400件も存在するなど、世の中の関心が高い状態です。

機会損失の発生

広告の停止やWebでの受け皿が未整備なため、多くの見込み顧客を取りこぼしている状態です。

現在の課題

潜在的な需要があるにもかかわらず、広告の停止やWebでの受け皿が未整備なため、多くの見込み顧客を取りこぼしている状況です。また、企画・広告運用・デザイン等の人員が限られており、施策が後手に回っていることも課題です。さらに、新規顧客と解約者数がほぼ同数であり、通販事業が成長軌道に乗れていない点も重要な課題として認識しています。

提案基本方針”

新しい蛇口を増やす前に、バケツの穴を塞ぐ”

多くのD2C企業が行うような、多額の広告費を投下して認知を広げる（=新しい蛇口を増やす）戦略は、現在の貴社には最適とは言えません。

まずは、今ある資産を最大限に活用し、取りこぼし（=バケツの穴）を徹底的に塞ぐことで、低リスクかつ着実に通販事業の売上1.5倍を目指すことをご提案します。

貴社の強みである「実店舗での信頼性」をWebマーケティングに活かす、独自の戦い方を構築します。

基本アプローチ

- ✕ 多くのD2C企業の一般的なアプローチ
多額の広告投資で「新しい蛇口」を増やす
- ✓ 貴社に最適なアプローチ
「バケツの穴」を塞いで機会損失を最小化

具体的な方向性

現在の「マイフローラ」検索4,400件/月の取りこぼしを解消
解約率改善による顧客基盤の安定化
休眠顧客（1.5万人）の掘り起こし
実店舗での実績をWebでの信頼性向上に活用

3ステッププラン

貴社の強みを最大化し、通販事業の成長を実現するため、3段階の戦略的アプローチを提案いたします。まずはリスクを抑えた「守り」から始め、段階的に「攻め」へと移行する戦略です。各ステップで明確な目標を設定し、着実に売上1.5倍を目指します。

Step 1: 守りの徹底

期間：開始～3ヶ月 取りこぼしの撲滅と顧客離脱の防止を最優先。指名検索のリスティング広告再開で購入意欲の高いユーザーを確実に獲得し、正しい飲み方を伝える動画コンテンツ等で解約率を改善。月100件の新規獲得を150～200件に引き上げます。

目標：
新規の取りこぼしを広い
新規獲得数を1.5倍に増やす

Step 2: 攻めへの転換

期間：3ヶ月～6ヶ月 SNSを活用した認知と信頼の醸成を展開。TikTokやInstagramリールでの縦型ショート動画の企画・制作や、便秘・腸活に関心のあるターゲット層へのアプローチ強化。コストコでの取扱実績など店舗実績をWeb上でアピールし、商品名検索数を1.5倍に引き上げます。

目標：
SNSを活用して
新規の検索数を1.5倍
に引き上げる

Step 3: 飛躍

期間：6ヶ月以降 統合マーケティングによる事業全体の成長を目指します。Step1、2で確立した「勝ちパターン」を基に、CPO（顧客獲得単価）をコントロールしながら広告投資を拡大。SNSでの成功事例を武器にリアル店舗との好循環を創出し、通販事業売上1.5倍を達成します。

目標：
リアル店舗にも
好循環を生み出し
通販事業も1.5倍の売上増

ステップ1 守りの徹底

多額の広告費を投下して新規顧客を獲得する前に、まずは既存の資産を最大限に活用し、取りこぼしを減らすことが重要です。ステップ1では「守りの徹底」として、指名検索ユーザーの確実な獲得、解約率の改善、そしてデータ分析基盤の構築を行います。

目標：
指名検索、サイト訪問者の刈り取りと解約率改善で、
新規獲得数を月100件 → 150~200件に引き上げます。

指名検索の完全な刈り取り

「マイフローラ」等の商品名検索に対するリスティング広告を再開・最適化します。購入意欲の高いお客様を確実にサイトへ誘導し、機会損失を防ぎます。月間4,400件の検索からの流入を最大化し、CVRの高い指名検索ユーザーを獲得します。

解約率の改善

解約理由の第一位である「実感できなかった」を解消するため、正しい飲み方を伝える動画コンテンツ等を作成し、購入後のフォローを強化します。休眠顧客（1.5万人）に対し、効果的なDMやメルマガ施策を行い、顧客の掘り起こしを図ります。

データ分析基盤の構築

GA4等の分析ツールを活用し、「どの穴が一番大きいのか」を特定します。感覚ではなくデータに基づいた意思決定ができる体制を整えることで、限られたリソースを最も効果的な施策に集中させることが可能になります。

ステップ2 攻めへの転換

守りの徹底が整ってきた段階で、次は認知拡大と信頼獲得のための「攻め」の施策に移行します。ステップ2では「攻めへの転換」として、SNS戦略の再構築、コンテンツマーケティングの強化、そして実店舗での実績をWeb上で活かす施策を展開します。

目標：SNS経由の認知を拡大し、商品名検索数を1.5倍に引き上げます。

SNS戦略の再構築

貴社のメインターゲットである「便秘」や「腸活」に関心のある層に響く、TikTokやInstagramリールでの縦型ショート動画を企画・制作します。視覚的なインパクトと情報価値の高いコンテンツで、自然な拡散を促進し認知拡大を図ります。

コンテンツマーケティングの強化

「便秘 改善」などのキーワードで検索した際に表示されるコラム記事を強化し、広告に頼らない自然な流入経路を構築します。専門性の高い情報を提供することで、ユーザーの信頼を獲得し、自然な形での商品紹介につなげます。

実店舗の信頼性アピール

「コストコでも売っている安心感」など、リアル店舗での実績をWeb上でアピールし、信頼性を高めます。実店舗での取り扱い実績は大きな強みであり、D2C専門ブランドとの差別化ポイントとして前面に押し出していきます。

ステップ3 飛躍

ステップ1と2で基盤を固めた後、ステップ3では「飛躍」として、より積極的な施策展開により事業の成長を加速させます。CPOをコントロールしながら広告投資を拡大し、SNSでの実績をリアル店舗の営業にも活かす好循環を創出します。

目標：通販事業1.5倍の達成と、その先の継続的な成長軌道の確立を目指します。

広告展開の最適化

ステップ1、2で確立した「勝ちパターン」を基に、CPO（顧客獲得単価）をコントロールしながら、SNS広告やインフルエンサー施策への投資を拡大します。データ分析に基づき、最も効率の良い広告チャンネルに予算を集中させ、投資対効果を最大化します。

リアルとWebの連携強化

SNSでの成功事例を武器に、スーパー等のバイヤーへの営業提案を強化します。Webでの話題化をリアル店舗の売上にも繋げる好循環を創出し、通販とリアル両チャンネルでの相乗効果を生み出します。リアル店舗での実績がWebの信頼性をさらに高める効果も期待できます。

CRMの高度化

顧客データを統合的に管理・活用し、顧客のライフタイムバリュー（LTV）を最大化するCRMを構築します。顧客セグメント別に最適化されたコミュニケーションプログラムを実施し、リピート率の向上と客単価アップを同時に実現します。既存顧客からの売上最大化により、事業全体の安定成長を図ります。

ご支援メニューと費用感（ステップ1）

野村乳業様の通販事業成長を実現するため、まずは「守りの徹底」に必要な支援メニューをご提案します。限られたリソースを最大限に活用し、効果的な施策を実行するためのサポート体制を構築します。

ステップ1では、最小限の投資で最大限の効果を得るため、まずは指名検索の刈り取りと解約防止に集中します。ご予算を効率的に活用し、通販事業の成長基盤を固めることが目標です。

まずはここからの実施をオススメ

マーケティング顧問

戦略壁打ち、定例MTG、データ分析、改善提案、各種施策のディレクションなど、マーケティング全般のサポートを月20時間を目安に提供します。貴社の状況に合わせて柔軟に対応し、成長戦略の実行をサポートします。

月額 300,000円（税別）

Google広告運用代行

「マイフローラ」等の商品名検索に対するリスティング広告とリマーケティング広告の運用代行を行います。購入意欲の高いユーザーの取りこぼしを防ぎ、高いROIを実現します。

顧問契約内の簡易作業として実施
※別途、広告費実費として月5~10万円程度

データ分析基盤構築

GA4等のアナリティクスツールを活用し、Webサイトの分析環境を整備します。ユーザー行動や離脱ポイントを可視化し、CVR向上のためのボトルネック特定と改善提案を行います。

顧問契約内に含む

支援メニュー (ステップ2-3)

ステップ1の基盤整備を進めながら、並行してステップ2・3へ向けた準備を進めていきます。SNSを活用した認知拡大や、統合マーケティングによる事業成長のために、以下のメニューをご用意しております。ステップ1の成果を見ながら、段階的に導入していくことをお勧めします。

ステップ1から段階的に取り組むことで、低リスク・高い投資対効果（ROI）の施策を優先的に実施できます。

SNSショート動画制作

TikTokやInstagramリール向けの縦型ショート動画を企画・制作します。「便秘」や「腸活」に関心のあるターゲット層に響くコンテンツで認知を拡大し、「コストコでも売っている安心感」など実店舗での実績をアピールします。

費用：1本 50,000円（税別）～

コンテンツマーケティング戦略

「便秘 改善」などのキーワードで検索した際に表示されるコラム記事やSEO対策を強化し、広告に頼らない自然な流入経路を構築します。記事構成の設計から執筆サポート、効果測定までトータルでサポートします。

費用：別途お見積もり

インフルエンサー・CRM施策

マイクロインフルエンサーギフト代行（月額100,000円～）や、インフルエンサーデータ活用支援（月額50,000円～）を提供。また、顧客育成のためのステップメール設計、LTV向上施策の立案などCRM強化も支援します。

費用：月額 50,000円（税別）～

支援体制と 次のステップ

効果的な成果を実現するために、貴社と弊社の役割分担を明確にし、それぞれの強みを最大限に活かした共創体制を構築します。貴社の「強み」を最大化しながら、弊社の専門性で補完し、持続可能な成長を実現していきます。

担当	主な役割と責任
貴社	顧客理解の深化（N1インタビュー等）、商品に関する情報提供、最終意思決定
弊社	全体戦略のディレクション、データ分析、広告運用、SNS・コンテンツ企画
協業体制	貴社デザイナー様と密に連携し、世界観を維持しながらマーケティング効果を最大化するクリエイティブ制作

効果的な役割分担のポイント

- 貴社主導** ブランドの世界観維持、顧客の声の収集・共有、商品特性の説明
- 弊社主導** マーケティング施策立案・実行、データ分析・改善提案、広告運用・コンテンツ制作
- 共同作業** 週次進捗ミーティング、月次レポートレビュー、クリエイティブ方向性決定

次のステップ - 行動計画

- キックオフミーティング開催（～1週間以内）プロジェクト目標の最終確認、コミュニケーション体制の構築
- 初期データ分析と課題特定（～2週間）GAデータ分析、検索ワード調査、競合分析の実施
- ステップ1施策の開始（～1ヶ月以内）指名検索広告再開、顧客コミュニケーション設計、データ基盤整備

まずはステップ1から着手し、貴社のリソースを最も効果的な部分に集中させながら、事業成長を二人三脚でサポートいたします。