

ペット用品で商品開発×EC通販新規参入セミナー

配信日時

2025年3月24日(月)・3月26日(水)・3月28日(金)・3月30日(日)
[12:00~14:00] [12:00~14:00] [12:00~14:00] [12:00~14:00]

開催方法 オンライン開催 [ログイン開始:開始時刻30分前~] ※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

お申込み期日 ・銀行振込み:開催日6日前まで ・クレジットカード:開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円(税込11,000円) / 一名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円) / 一名様
会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



[QRコードからのお申込み]

右記QRコードからお申込みください。



[PCからのお申込み]

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/125538>

ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「125538」をご入力し検索ください。

[E-mail] seminar271@funaisoken.co.jp [TEL] 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



日程がどうしても合わない企業の皆様へ 個別経営相談承ります まずは、お問い合わせください。 TEL.0120-958-270 (平日9:45~17:30対応) 担当:北奥

セミナー内容

第1講座

ペット用品を未経験でも商品開発してEC参入する方法

- ・未経験者がEC参入して1億円を目指すロードマップとは?
- ・知識0推奨!利用者目線でOEM製造するペット用品の売れるポイントとは?
- ・小ロットでOEM開発するための容器選定の基準
- ・Amazonで販売スタート!後発組でも爆速化するための販促モデル

講師
株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
マネージャー
日坂 大起

第2講座

Amazonでまずは販売スタート!
ペット用品を売るための攻略ストーリー

- ・Amazon利用者の心理で読む!購入者が求める3大欲求とは?
- ・Amazonは初速で決まる?販売開始初月でまずは50個売るための実践事項
- ・異業種参入の企業が押さえるべきAmazon販売までのスケジュールと開始後90日にやるべきマーケティングプラン

講師
株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
リーダー
脇坂 修也

第3講座

ペット用品ブランドで年商1億円を目指す!
後発企業が実践するEC事業のポイント

- ・市場規模をまずは把握する!ペット用品のブランド開発のポイント
- ・購入者の心理を知る!ニッチニーズのデータから予測するヒット商品の条件
- ・年商1億円を目指す!EC事業開発のノウハウ公開

講師
株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
マネージャー
日坂 大起

講師紹介

株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
マネージャー

日坂 大起



株式会社船井総合研究所
ECソリューションユニット
リーダー

脇坂 修也



🐾 ペットショップ・🛒 EC参入検討企業

今ペット用品ECが熱い! 定期通販EC参入 セミナー

4つの
セミナー
ポイント

POINT1 今からD2C(EC)に参入して成功するポイントとは?

POINT2 先行事例がやってきた戦略とは?

POINT3 商品開発で勝ち筋を見つける第1次欲求は?

POINT4 年商10億円を目指すマイルストーンとは?

ペット用品開発から販売のコツ徹底解説いたします!

みなさまに選ばれて/
シリーズ累計
5000本突破!
ペット
スキンケア

みなさまに選ばれて/
販売3ヵ月で
月商100万円突破!
ペット
スキンケア

みなさまに選ばれて/
180日で
商品販売開始可能!
ペット用品

一挙事例
大公開!

※画像はイメージです

主催



サステナブルな成長を促す
Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

ペット用品で商品開発×EC通販新規参入セミナー
お問い合わせNO.S125538



当社ホームページからお申込みいただけます。 船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。→

125538

ご参加をご検討のみなさまへ

この度はDMをお手にとりいただき、誠にありがとうございます。

この数年間、世の中の流れは大規模な感染症の流行以降大きく変化して参りました。

消費者のライフスタイル全体が見直される中で、この数年間の間にペット用品業界ではより消費者の好みやコンプレックスニーズにあった商品が登場し、今でもなお、日々参入が行われている状況です。

一方、これまで消費者はお買い物の行動価値観も店舗で購入したい層が大半を占めていたのが、ECでのお買い物行動が増えてきており、店舗とECそれぞれの拘りが薄くなってきております。

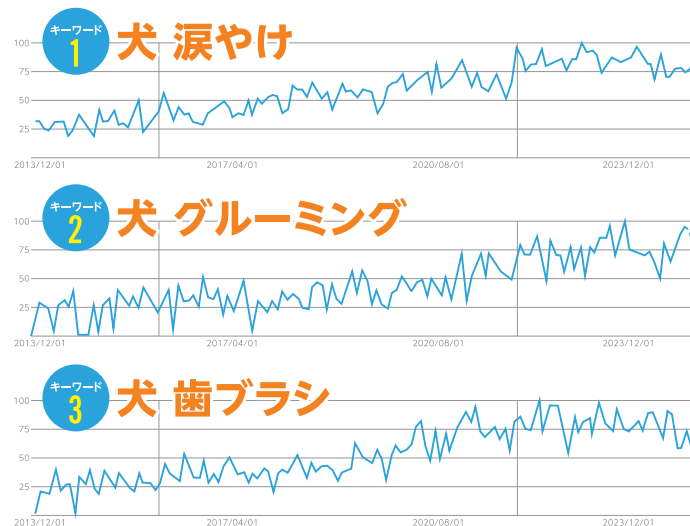
このセミナーでは、ペット用品でのEC通販参入をテーマとして取り上げさせていただき、これまでEC経験やペット用品の販売経験のない方でも有益な内容として企画しておりますので、ぜひご参加いただけますと幸いです。



2025年度版 🐾 ペット用品 × 🛒 定期通販ECの “熱い”トレンド3大予測!

1 今、ペット用品商材が熱い!!

ペットにとってのこだわりアイテム探し中のヒト急増中

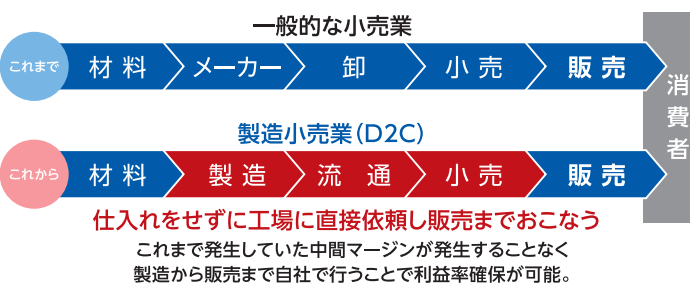


左記の図はGoogle上での検索トレンドをグラフ化したものです。3キーワードを挙げてみるとこれまではそもそもニーズが存在しないものや動物病院にかかって改善されていたキーワードとなります。ここ数年でペットを飼われる家庭が増加し家族として健康管理に関する需要が右肩上がりに伸びているのがわかります。またアマゾン等ECモールでキーワード検索していただくと、多数の売れ筋商品を確認することができます。一見すると、すでにレッドオーシャンな市場と判断することもできますが、実際には年単位でみるとおよそ市場規模の成長を確認することができ、この市場は今まで市場を席巻していた大手のナショナルブランドからD2C（製造小売）と呼ばれる自社で商品を企画しOEM（外注）を通じて、商品を所有し販売しているプレイヤーに主導権が移っているのも、実際のECモール検索結果に出てくる商品群をみて、確認することが出来ます。

2 今、D2C（製造小売）が熱い!

これからの時代はOEMで商品開発そして自社ブランド展開

利益を出すならばD2Cが根本解決!



D2Cとは何か?直訳するとダイレクト トゥー コンシューマーの略で、顧客にそのまま販売するという意味になります。今までになかの商品を販売する際は、メーカーや卸先から商品を仕入れし販売することが多く、およそその粗利率は契約条件にもよりますが15%前後が手残りでした。近年ではOEMという取り組みで、自社で商品を企画し、製造工場（OEM会社）に商品を製造してもらい、PB（プライベートブランド）として販売展開することが増えてまいりました。またこのOEMも、以前は大量ロットでの開発（1万個以上）が多かったのですが、現在では1,000個や100個単位でも製造依頼することが可能な商品が増えてきました。しかし、まだまだかつてのイメージが強くOEM=在庫が多いというイメージを強く感じる人が多いのですが、知る人ぞ知るこれからのビジネストレンドとしてこのD2Cの取り組みが伸びてきているのです。

3 今、EC参入が熱い?

自社ブランド×SNS活用×EC販売

ユーザーにとって、モノ・サービス・情報・買い物の選択肢は増え続けている

「ユーザーが求めていること」と「ブランドが求めていること」が重なること



ECの全体市場は、2020年以降急成長を続けております。

元々は大手メーカーや、有名な商品が売れやすいような時代も一時期はありましたが、現在ではこのトレンドも変わりつつあります。

大手の商品だから購入する大手商品（大衆向けブランド）だからというマインドから自分にあったパーソナルブランドを購入するというトレンドに移り変わっております。

これまではTVや雑誌等大衆的な媒体への掲載が売上アップの鍵ではありましたが、今ではSNSやインフルエンサー等パーソナルメディアへの掲載や活用が売上アップの鍵となっており、

最近ではブランド価値×SNS活用×EC販売という公式で売上アップを見せている会社が

ペット用品商材以外にも多数存在しております。

単純なEC参入だけだと戦略面で不足することもあるかもしれませんが、上記の内容を踏まえて伸びている

ペット用品商材に関する顧客ニーズをもとに参入することが重要といえます。

セミナー参加者のFAQ

Q. これまでECを始めようと思ったが、ハードルが高くてできなかった。

A. 中小企業の多くはECに参入しようとした際、大手ECモールへの参入や高額なインフルエンサーマーケティング等およそその費用感をつかむことができていない費用的なハードルでの断念、または人員スキルの面から断念されるケースをよく聞きます。もちろん新規事業となれば投資は発生しますし、これまでとは違った知識やスキルも必要となってきますので、一筋縄でいくわけではございません。ただこの数年でEC界隈のサービスや価値観/費用感は大きく変化し、以前の大手メーカーしかできないような壮大な取り組みではなくなってきております。様々な事業会社がこのようなセミナーを開催しておりますが、弊社はカタログ通販時代からコンサルティングを提供しており、提供しているクライアントも中堅〜中小がメインとなっておりますので、予算感の合ったお話ができます。

Q. これまでOEMのような商品企画から開発までおこなったこともなく、できるか不安である。

A. これまではトレンドや顧客のニーズをつかむのが困難でした。しかしECという分野では、当DMIにも記載しております商材の例があるようにデータが可視化されており、そのデータを把握することでいかに顧客のニーズがある中で、非競合で戦えるかを明確につかむことができるため、市場を把握した上で、商品のスペックでの差別化やブランドにニーズを顧客に提供したいと思います。商品開発のニーズ調査に関しては、セミナーでもお話をさせていただきます。

下記に1つでも当てはまるのであれば、ご参加ください!

- ☐ ECビジネスに興味がある
- ☐ 既存事業以外の新しい取り組みができていない
- ☐ ペット用品に興味がある
- ☐ 社内がマンネリ化しており、空気が重い
- ☐ 上司にEC事業を任されており、焦っている
- ☐ 商品開発をしたい
- ☐ とりあえず興味があり、今このDMを見ている

