

流通、展示会に頼らず、メーカー 開発・生産技術部門を直接攻略する最新のBtoBダイレクトマーケティング

食品素材・原料メーカー向け 新規開拓セミナー

講 座	内 容
第1講座 13:00～13:30	いま食品素材・原料メーカーが取り組むべきBtoBダイレクトマーケティング ▶ 大手食品メーカーを「いますぐ」「効率よく」ダイレクトに攻略する方法 ▶ 他メーカーと競合せず自社商品を採用してもらうポイント ▶ 業務用サイトの作り方、顧客の育て方  兵庫県神戸市須磨生まれ。大阪大学理学部物理学科、神戸大学大学院修了後、株式会社船井総合研究所に入社。入社以来、一貫して製造業の分野を中心に、マーケティング戦略の構築及び実行を手がける。現在は法人向け（Bto事業の中でも生産財メーカー、材料メーカー、住設・建築資材メーカー、受託型製造業を中心にデジタルマーケティングを活用とした提案・実行支援を行っている。特に技術を持つ会社や研究開発型の会社に対して、その技術を活かしたマーケティングを得意としている。手掛けた業種や商品は船井総合研究所の中でも随一で広く、ニッチな商材や業態への対応力も高い。従業員10人以下の企業から上場企業までクライアントの幅は広く、クライアントの規模や技術に即した業績アップ手法は高い評価を得ている。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠
第2講座 13:40～14:20	食品メーカーから試作を獲得する方法と、成功事例を大公開！ ▶ 新規の食品メーカーの開発部門から開発相談の引合がくる仕組みの構築方法 ▶ 受注率が格段にあがる「ソリューション営業」のポイント ▶ 「1年で1億円増収」、「2年で売上125%成長」など、業績を伸ばしている食品原料・素材 メーカーの事例を大公開  株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠  製造業の実家に生まれ、学生時代より中小企業の経営に強い関心を持ち、日本の中小企業を盛り上げたいという思いから株式会社船井総合研究所に入社。入社後は、製造業特化のデジタルマーケティング（コンテンツ/動画マーケティング・SFA/MAIによる新規・既存顧客の活性化など）に従事し、新規顧客開拓による業績アップに貢献している。これまで、電子機器メーカー、プリント基板実装・設計メーカー等幅広い業種に携わっている。同志社大学経済学部卒業、大阪府出身。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム 黒木 賢雄
第3講座 14:30～15:00	食品素材・原料メーカーの経営者にすぐ取り組んでいただきたいこと ▶ 円安／原価高騰の中でも、顧客から選ばれるために必要な要素 ▶ これから生き残る食品原料・素材 メーカーが取るべき戦略とは  製造業特化の経営コンサルタント。電子機器開発・プリント基板設計/実装・電子部品メーカーなどのエレクトロニクス企業のほか、機械加工業・板金加工業などの加工業や装置メーカーなどに対し、戦略構築からマーケティング・生産性向上・人材開発の仕組みづくりを一貫して提供することで、クライアントの売上・利益率アップに貢献する。「仕事を通じて、人と企業を幸せにする」がモットー。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ マネージャー 中小企業診断士 高野 雄輔

開催日時	2025年 5月16日 金	開催方法	オンライン開催
	2025年 5月22日 木	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。
	13:00～15:00（ログイン開始：開始時刻30分前～）	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/127659 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)の右上検索窓に「127659」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ先】船井総研セミナー事務局 **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」と検索してご確認ください。 ※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。



新商品の企画・開発部署から
毎月10件の試作・開発案件を10件
営業ゼロで獲得

食品原料 **素材** **添加物** **メーカーのための**

食品メーカー 徹底攻略

流通、展示会に頼らず、
メーカーの開発・生産技術 **部門** を直接攻略する
最新のBtoBダイレクトマーケティング

食品素材・原料メーカー向け 新規開拓セミナー

お問い合わせNo.**S127659**



サステナグロースカンパニーをもっと。

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

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。

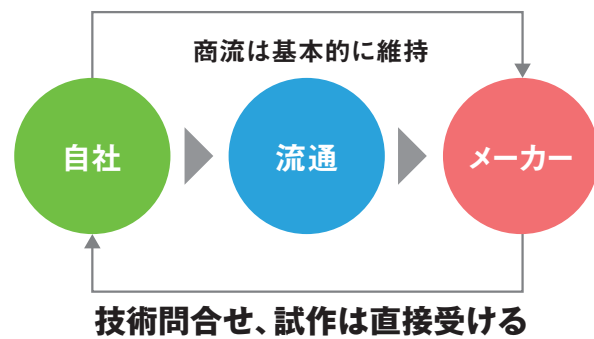
127659



「脱」飛び込み・「非」ルート営業依存で価格競争を回避しながら 開発・生産技術部門から試作を獲得してメーカーを攻略する方法

POINT 1 強みに集中して高収益化

情報、提案の流れを自社主導に変える
情報は直接伝える



開発・生産技術部門にとっての自社の強みを整理、見える化し、提案力を強化する

中小規模の食品原料・素材メーカーはリソースが限られ、取引先の業績に大きく影響されるため、優良な取引先の確保が重要です。成長が見込めない取引先や十分利益が確保できない取引先に依存している場合、新規開拓が急務となります。

特定分野に特化し差別化を図り、大手競合に対して競争優位性を確立するためには、自社の強み、得意領域をはっきりさせ、提案をみえる化し、マーケティング、営業を通じてスピーディーに顧客へ伝えていくことが必要です。つまり、顧客であるメーカーとダイレクトに情報のやり取りを行うチャネルを整備することが、直接的な問合せや試作発生に効果をもたらします。

POINT 2 メーカーのキーマンを引き付ける提案の見える化

掲載 伝えるべき情報の例

採用実績 商品情報 導入効果 レシピ
技術情報
ex) 安定剤との相性 ex) 商品歩留り改善の方法

閲覧 カタログサイト(イメージ)



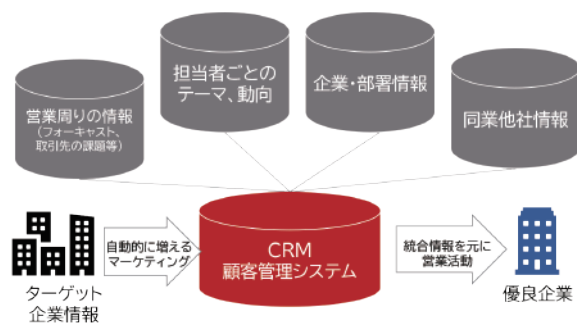
自社の強みに即したWEBカタログサイトを基軸に商品、提案を伝える

中小食品原料・素材メーカーが売上を最大化するには、自社の強み・提案・実績を伝えるWEB広告媒体(プロ向けWEBカタログサイト)の活用が重要です。このサイトは、情報発信だけでなく、顧客との接点を生み出し関係性を構築するツールとして機能します。

自社の独自性を明確に示し、ターゲット顧客のニーズに合った情報を提供することで、潜在顧客へのリーチを拡大できます。また、24時間365日情報を発信し続けるため、営業担当が直接アプローチできない層にも効果的に訴求可能です。

問い合わせや資料請求を通じて見込み客育成も可能であり、効率的な営業活動と売上拡大に繋がる強力な武器となります。

POINT 3 導入事例を横展開してさらに拡大!



提案事例、採用事例を蓄積・共有し、スピーディーに業界内、他業界へ展開する

提案事例や採用事例を蓄積・共有することで、業界内外への展開をスピーディーに行うことが可能です。CRM(顧客関係管理)システムを活用すれば、顧客情報を一元管理し、営業担当者全員が提案内容や顧客の反応、導入効果など同じデータを共有できます。

感覚ではなくデータに基づいて、顧客ニーズの深い理解や効率的な提案が可能となり、新規顧客開拓や長期的な関係構築が促進されます。また、マーケティングオートメーションとの連携により、見込み顧客へのアプローチを自動化し、営業活動の効率化と売上拡大を実現することが可能です。CRMは、再現性のある競争力確保、営業力向上のための重要なツールです。

このような方にお奨めのセミナーです



既存顧客の売上が頭打ちで、
自社の売上アップに限界を感じている



営業マンの足だのみの営業スタイルを
変えたいと思っている



過去3年間、大口顧客が増えておらず、
新たな顧客づくりに悩んでいる



効率のよい新規開拓、
シェアアップの方法を知りたい

成功事例多数! 食品素材・原料メーカーでの業績アップ事例

- | | | |
|-----------|---|-----------------------|
| 成功事例
1 | 機能性を付加した新たな商品を小規模チェーン、著名個人店に投入。
その後食品メーカーへ実績を基にマーケティング展開することで試作までの到達率を40%向上させた。 | 製粉メーカー
従業員40名 |
| 成功事例
2 | 商品企画者にあまり知られておらず、競合が少ない人工甘味料を中心にマーケティングを展開。
毎月10件の新規引合いがWEBサイトから入るようになった。 | 人工甘味料メーカー
従業員30名 |
| 成功事例
3 | これまで500種以上提供してきた自社商品のカスタム事例をベースに法人向け(食品メーカー、飲食チェーン向け) レシピ例を200種類公開。サンプル提供数は年間1.5倍、試作案件は1.3倍に増加した。 | 業務用調味料メーカー
従業員100名 |
| 成功事例
4 | OEMメーカーとしてシーズニングをメーカーに長年提供してきたが、これまでの1000種類以上の製作実績を
自社商品としてカスタムしてラインナップ。大手製菓メーカー、食品メーカーとの口座開設につながった。 | シーズニングメーカー
従業員30名 |
| 成功事例
5 | 新たに開発した可食インクを製菓メーカーや食品メーカーに向けて展開。
3年で年間取引1億円以上の新規取引先を獲得。 | インクメーカー
従業員150名 |

セミナーで多数の事例と共に、成功のポイントをお伝えします。

