

WEBマーケティング演習

あなたは飲食店の経営者です。

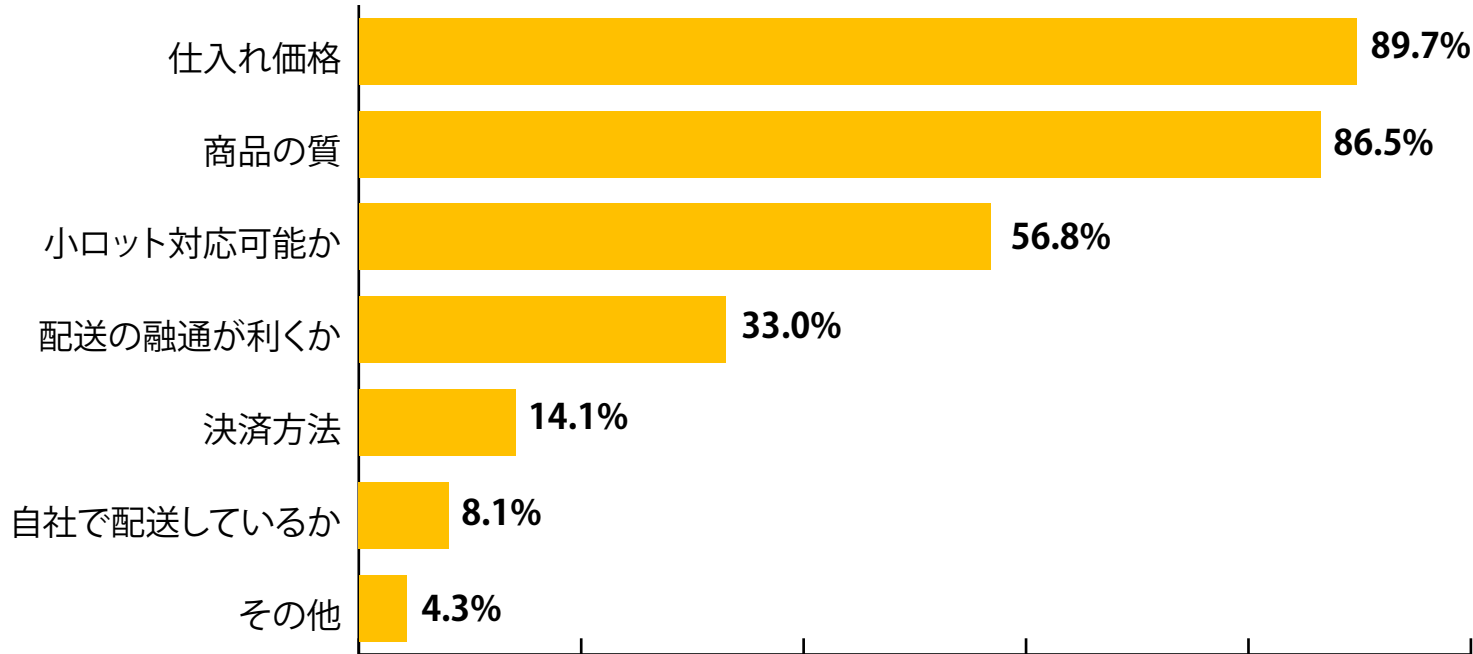
新メニューをつくりたいから旬の食材を仕入れたいけど

いつもの卸業者じゃ扱ってないし、

スーパーで買うと高いしなあと困ったことはありませんか？

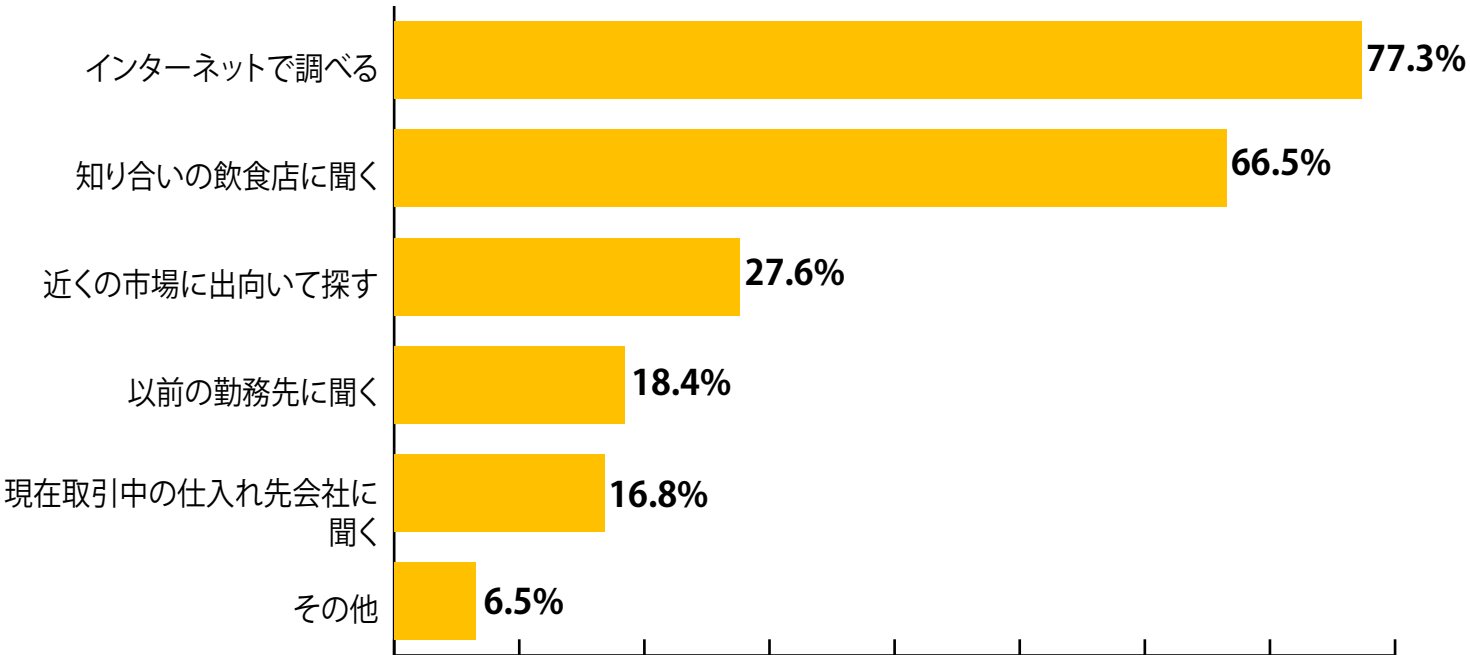
地元の食材生産者と
地元の飲食業界を繋ぐ
ECサイトを作りたい！

食材仕入れ先選定時のポイント



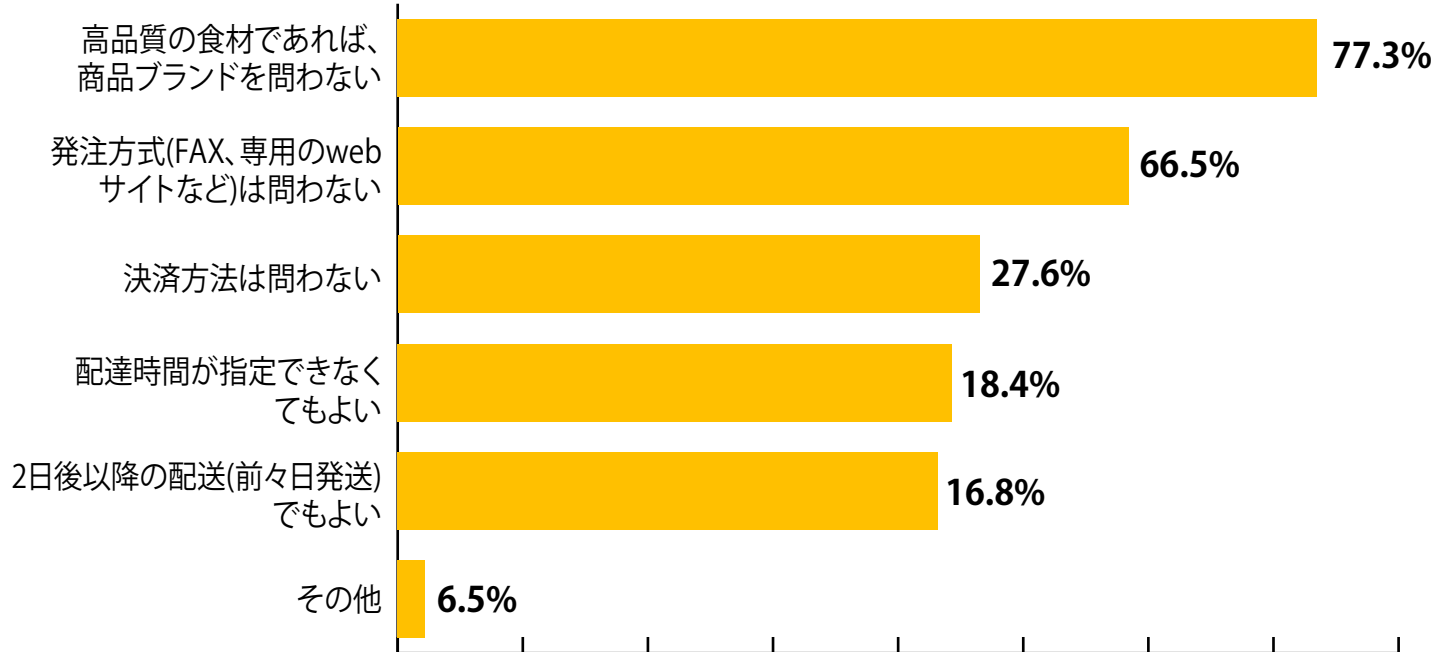
飲食業者が食材の
仕入れ先を決めるのは
「**価格**」
「**質**」
そして
「**小ロット可能**」
これらの要素が大事!

新規の食材仕入れ先の探し方



飲食業者が新規の
食材の仕入れ先を
探すときは
インターネット検索
が断然多い

仕入れ価格を下げるために妥協を検討できる点



ノーブランドのものでも
品質がよく
より安価なものが
欲しい
という需要がある!

高品質、低価格、小ロットでインターネットから仕入れ可能な食材を飲食業界は求めている!



地元農家とインターネットで直接やり取り出来れば鮮度などの品質も良く、仲介コストも抑えられそして小ロットでの販売が可能!

地元の食材生産者と
地元の飲食業界を繋ぐ
ECサイトを作りたい！

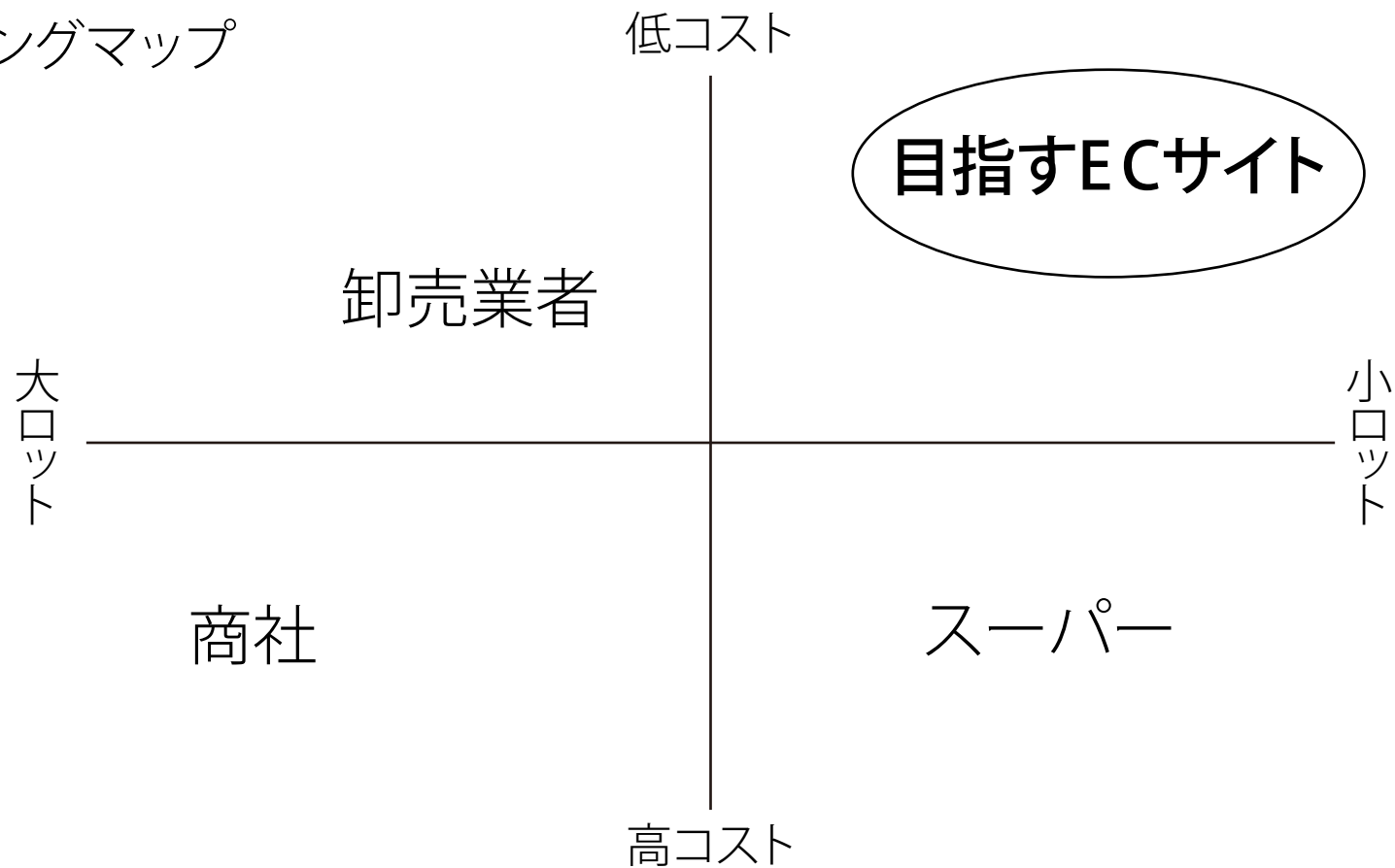
ターゲットは地元の農家と地元の飲食店

ex. 愛知県の農業経営体数は**26,893**経営体
(「50万円未満」層が7,711経営体で、構成比28.7%と
最も大きな割合を占めている) ←特にこの層に利用してほしい

愛知県の飲食店数は**37,867** 事業所
(ちなみに名古屋市16,862 事業所でこれは日本2位)

ターゲット

ポジショニングマップ



BtoBの食材の メルカリを作る！

サイトの立ち上げからスタートなのでとにかく認知度を増やしたい
よってペイドメディアは

SNSとディスプレイ広告

サイトの収益の上げ方は販売農家から売上の3%を頂くという形にする

年間目標：**1億円**

月間KGI：**900万円** (900万×12=1億800万)

平均注文単価を5000円とすると**1CV5000円**となる

食品系ECサイトのCVRはBtoCのデータだが

1.7%ほどなので**1%**とする

平均注文単価5000円で、KGI900万円とする場合、1800CVが必要となる
CVRが広告が1、自然検索が2として広告7割、自然検索3割と想定する

$$1800 \times 0.7 = 1260 \text{ (広告分)}$$

$$1800 - 1260 = 540 \text{ (自然検索分)}$$

$$1260 \div 0.01 = 126,000 \text{ セッション}$$

$$540 \div 0.02 = 27,000 \text{ セッションが必要}$$

KGI・KPIフロー

目標: 年商1億円

KGI: 月商900万円

広告

KPI: 総セッション数
月間15.3万セッション

KPI: 離脱率
97%(残3780)

KPI: 離脱率
50%(残3240)

KPI: 離脱率
55.6%(残1800)

KPI: CPA
(顧客獲得費用)
1587円

126000
セッション

商品
ページ

カート

購入画面

KPI: 自然検索流入数
24000

自社HP

27000
セッション

KPI: 離脱率
90%(残2700)

6480セッション

CVR
広告: 1%
検索: 2%

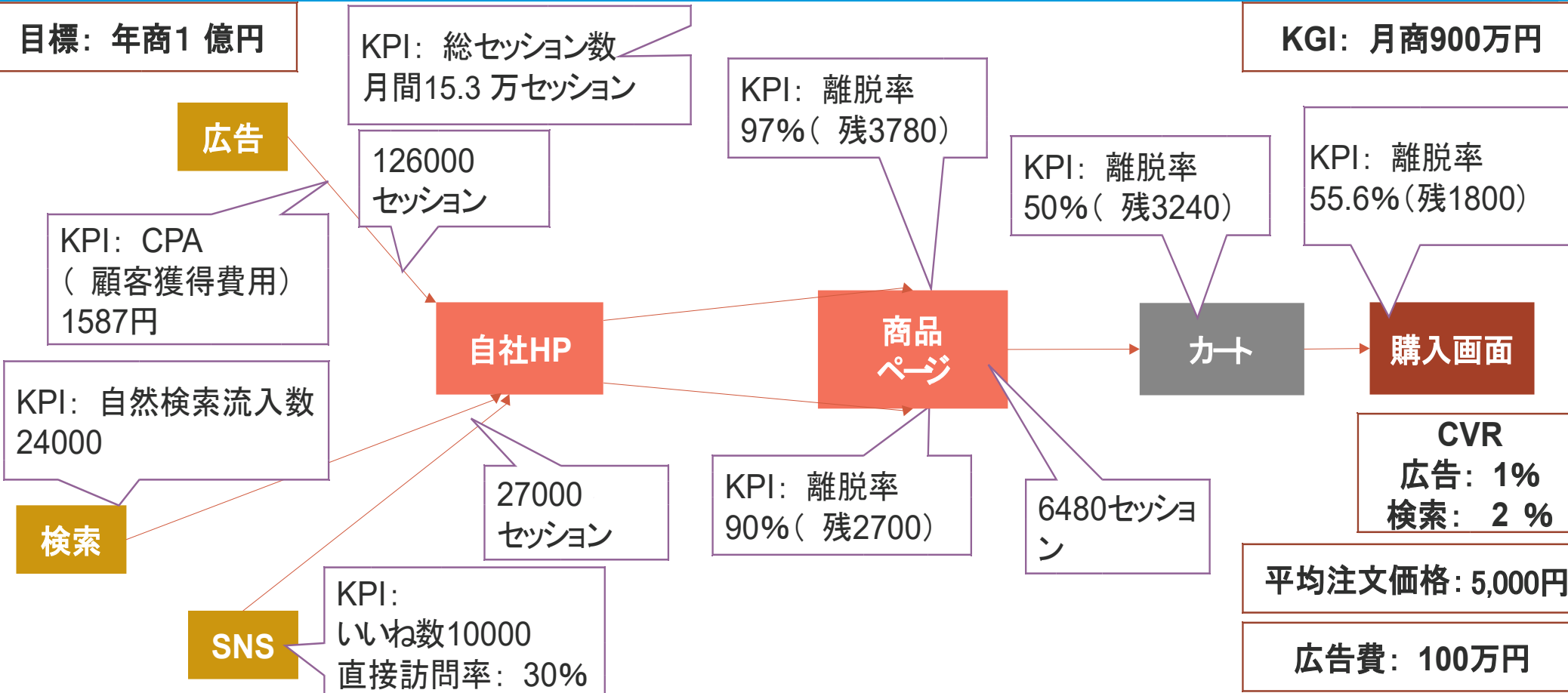
検索

SNS

KPI:
いいね数10000
直接訪問率: 30%

平均注文価格: 5,000円

広告費: 100万円



注)1 飲食店ドットコム「飲食店と食材卸し業者の取引実態をアンケート調査。仕入れコスト削減の秘訣は？」
仕入れ業者の選定は「仕入れ価格」と「商品の質」がポイント 2023/12/28

注)2 愛知県「愛知県の農林業センサス結果 ―2020年― (2020年2月1日現在)」
農業経営体 2023/12/28

注)3 愛知県「あいちの市町村別人口千人当たりの飲食店数」
あいちの市町村別人口千人当たりの飲食店数 2023/12/28

注)4 都市構造可視化計画「飲食店数 の順位(上位10件)」
飲食店数 の順位(上位10件) 2023/12/28

注)5 IRP commerce「Ecommerce Market Data for the Food & Drink market November 2023」
Ecommerce Market Data for the Food & Drink market November 2023 2023/12/28