

ネットスーパー研究会実績

<公開セミナー開催実績>

過去のセミナーの講師と講演内容の一覧を示します

弊社講師の講演資料は、これから整理を進めて、御希望があれば一部有料で送付させて頂けるようにする予定です。今暫くお待ちください。

	開催年月日	開催地	講演テーマ	講師	講演内容
第1回セミナー	H21.7.29	大阪	ネットスーパー概論 I & II 部	弊社顧問 中東 遼	<p>【第1講座】ネットスーパー概論 I</p> <p>I. フレッシュシステムズを27年経験して</p> <p>①当初のコンセプト</p> <p>②宅配(=ネットスーパー)は、バーが高い!</p> <p>③宅配(=ネットスーパー)成功の条件</p> <p>④システムや仕組みやノウハウも大事だが、「顧客(=会員様)満足度」が全て</p> <p>II. IYネットと競合して(FSでの最後の仕事)</p> <p>①東北の地方都市でのFS宅配とIYネットの競合</p> <p>②IYネットの変化と対応策</p> <p>③IYネットの今後</p> <p>【第2講座】ネットスーパー概論 II</p> <p>I. 高シェア宅配(ネットスーパー)について</p> <p>①高シェア宅配(ネットスーパー)とは?</p> <p>②高シェア宅配(=ネットスーパー)成立の条件</p> <p>③条件を満たす為のポイント</p> <p>II. ネットスーパーの今後・展望</p> <p>①高シェア宅配(=ネットスーパー)への移行</p> <p>②課題</p>
			ネットスーパー現場Q&A	弊社代取 山田 洋一	<p>①現場担当者からのよくある質問と回答事例</p> <p>②現場頻発課題と解決事例</p> <p>③現場の頻発勘違い事例</p>
第2回セミナー	H22.1.29	大阪	会員様獲得について	株式会社エブリデイ・ドット・コム 法人営業部長 渡部 徹 氏	エブリデイ・ドット・コムの会員様獲得について
			イズミヤとしてのネットスーパー事業への取り組み	イズミヤ株式会社 eコマース営業部 部長 和田 裕 氏 副部長 田中 和伸氏	量販店での新しいネットスーパーモデルとして試行中の昆陽店の進捗と既存9店舗でのネットスーパー事業の展開について、その比較を通じてイズミヤとして考えているネットスーパー業態の紹介
			ネットスーパー競合時代に突入! <input type="checkbox"/> IY・イオンvsリージョナルチェーンvs地方SM	弊社顧問 中東 遼	<p>I. 前回セミナー(090729)で申し上げた事</p> <p>II. セミナー後に各社さんを訪問して分った事</p> <p>①生協さんの宅配レベルが群を抜いて高い</p> <p>②ネットスーパー競合時代の到来</p> <p>③2010年、ネットスーパーが健全な発展軌道に乗るか?どうか?</p>
			ネットスーパー現場Q&A	弊社代取 山田 洋一	<p>①食品スーパー営業とネットスーパー営業の根本的相違点</p> <p>②現場頻発課題と解決事例</p> <p>③現場で勘違いしやすい事例</p>

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
第 3 回 セ ミ ナ ー	H22.6.10	大阪	ネットスーパーの現状と将来	弊社顧問 中東 遼	1. ネットスーパーの現状 ①参入事例は多いが、成功事例は少ない ②現時点での成功事例と若干の予測 2. ネットスーパーの将来 ○スーパーサンシさんの成功事例から学ぶ
			イズミヤネットスーパー事業の現状と今後の展開	イズミヤ株式会社 eコマース営業副部長 田中 和伸氏	
			ネットスーパーの成功ノウハウ	弊社顧問 中東 遼	1. 成功に至る2つのルート 2. 会員様政策 3. 商品政策 4. 物流政策 5. お客様の声を聴いて、改善を積み重ねる
			ネットスーパーにおける会員様開発とリピート対策	弊社代取 山田 洋一	<input type="checkbox"/> 新規登録会員様開発の各種手法解説 <input type="checkbox"/> 登録会員様の稼働対策の各種施策解説 <input type="checkbox"/> ヘビーユーザー育成施策各種手法解説
第 4 回 セ ミ ナ ー	H22.11.11	東京	イオングループのネットスーパー事業	イオンリテール株式会社 執行役員 営業企画本部 ネット推進部長 菓子 豊文 氏	①流通業主体のネットスーパーの方向性 ②マーケティングにおけるデータ活用
			エブリデイ・ドット・コムの新宅配スキーム	株式会社エブリデイ・ドット・コム 株式会社 旬工房 代表取締役 柴田 巖 氏	①やきたてパン・食材(朝食、昼食、夕食)セットの宅配事業の概況 ②システム化と今後の展開予定
			<岐路に立つネットスーパー業界> 第1部 衰退から成長への戦略的ポイント	弊社顧問 中東 遼	I. 現状認識 ①ネットスーパーは確実に残るが、業界としては衰退する可能性が高い ②成功事例がほとんど無い ③一流企業がこれだけ挑戦して、何故、成功事例が少ないのか？ II. ネオビートショックのもたらしたモノ ①1便100件に耐えうるシステムの喪失 ②業界の健全な発展の後戻り・遅れ ③システム総点検の機会が与えられた III. ネットスーパーサポート企業の課題 ①システム担当企業の役割 ②物流担当企業の役割 ③総合サポート担当部隊(企業)の必要性 IV. 会員様開発に始まり会員様開発に終わる ①口コミで拡がるレベルまでもっていく ②大商圏での会員様開発と小商圏での会員様開発は全く異なる ③会員様開発の留意点

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
			<岐路に立つネットスーパー業界> 第2部 成功ビジネスモデルはどこにある	弊社顧問 中東 遼	I. 孤高のネットスーパー = スーパーサンシネット便 ①売上構成比50%へ ②利益をすべてシステム開発にかけてレベルアップする ③店舗販売を上回る優位性探し II. 大商圏・高単価・低シェアモデル(Aモデル)と小商圏・低単価・高シェアモデル(Bモデル) III. 私の推奨するモデル IV. ネットスーパーで成功するために<挑戦して頂きたい目標> V. 最後に
第 5 回 セ ミ ナ ー	H23.3.24	大阪	2011年のネットスーパー業界	弊社顧問 中東 遼	I. ネットスーパーの成功事例ができてきた！ II. 2011～2012年の北勢地区に注目！ III. ネットスーパーシステムのレベルアップが起こる！ IV. ベンチャー的参入企業の衰退と本格的参入企業の台頭が起こる
			ネット宅配の取り組み	えぷろんフーズ株式会社 店舗運営部長 多田 真 氏	I. ネットスーパーの開業について ①開業前の会員様募集チラシ ②ネット便開業計画 ③商圏 ④応援団結成と会員様開発 ⑤ポスティングマニュアル II ネットスーパー営業の現況 ①営業収支実績 ②販促チラシ事例 ③帳票事例
			ネットスーパー黒字化収支計画の立て方	弊社顧問 中東 遼	I. 黒字化の原則 ①1配達毎に利益を出す ②商圏内シェア3%の実現 II. 黒字化収支計画の立て方のポイント ①小商圏1エリアで、営業利益(変動経費ベース)黒字化を実現する ②小商圏3エリアで、経常利益(固定経費含むベース)黒字化を実現する III. 実例店舗の黒字化の構造 【資料】ネットスーパー黒字化収支計画

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
			商圏内シェアアップの具体的施策事例と キーポイント	弊社代取 山田 洋一	I. 大商圏ネットスーパーと高シェアネットスーパーの典型的事例 II. ネットスーパー開業のポイント ① ネットスーパー開業のポイント ② 高シェアネットスーパーにおける商圏設定 ③ 開業までに準備すべき項目 ④ 高シェアネットスーパーの月間業績目標モデル ⑤ ヘビーユーザー育成の重要性 ⑥ 小商圏高シェアネットスーパーの成功事例 ⑦ ネットスーパー地区会開業セール ⑧ 開業セールが回避される理由と対策 III. 高シェア型ネットスーパー成功のポイント ① 狭商圏高シェアネットスーパー実現のための会員様開発の盲点 ② ネットスーパーにおける各種会員様開発手法 ③ ネットスーパーの段階的各種施策 ④ 店舗型ネットスーパーの成功のポイント ⑤ ネットスーパーの周辺事業
			ネットスーパー業界：最近の動きと今後の方向性	弊社顧問 中東 遼	I. トップランナーが、今、取り組んでいる事 ① 物流改善 ② 会員様開発 ③ メーカーとの協業 ④ その他 II. システム企業さん ① システム提供だけの限界 ② システム開発について III. 物流企業さん ① 1配達あたりの物流コストを下げる ② 一歩前に！ IV. 消費財メーカーさん ① NSは、自前の受注機能・配達機能・回収機能とアクティブな会員様を持っている。これを、利用させて貰う事を考える！ ② 5年後のチャネル構成比を予測し、NSを検証する。 V. 成功体験・失敗体験の語り部 ① 成功体験の裏には、その何倍もの失敗体験がある。 ② システム企業・物流企業とく語り部＞が一体化することが、成功への道

	開催年月日	開催地	講演テーマ	講師	講演内容
第6回セミナー	H23.7.21	大阪	「ママーストアのネットスーパー」福井県小浜市の小型繁盛店での成功事例	株式会社ママーストア 新規事業担当課長 吉田 裕二 氏	I. ママーストアネットスーパーの概要 ①配達エリア(商圈) ②ネット便から得たこと II. ママーストアネットスーパーの実績 ①会員様稼働推移 ②田舎(遠隔地)での宅配のありかた ③法人関係のアプローチ ④会員様の支払い方法 ⑤支払いサイト ⑥人員について III. 今後の展開と課題
			ネットスーパー”目標とする損益構造”と実現するポイント	弊社顧問 中東 遼	I. 目標損益構造 II. 物流コスト15%の実現ポイント ①SMと物流企業が共同して取り組む課題 ②具体的ポイント III. システムコスト2%の実現ポイント ①SMがシステムコストとして出せるのは、2%程度で、かつ日商20~30万円まで ②ポイント IV. 回収コスト1%の実現ポイント ①ネットスーパー=カード決済からの離脱 ②ポイント V. その他 ○セグメントからオールカマーへ
	高シェア型ネットスーパー成功の具体策	弊社代取 山田 洋一	I. センター型ネットスーパーと店舗型ネットスーパー ①両モデルの特徴比較 ②店舗型ネットスーパーの特徴 II. 首都圏型ネットスーパーと地方都市型ネットスーパー ①両モデルの各週項目比較 ②段階的シェアアップ III. 高シェア型ネットスーパーの地区開業から損益分岐点突破まで ①初回実施店舗と初回実施商圈の設定 ②高シェアNSのマーケティング数値 ③開業前に700名の会員様登録達成のポイント ④開業セール稼働会員様400名達成のポイント ⑤開業セールが回避される理由と対策 ⑥業績解析事例 ⑦開業直後の業績と目標業績達成までの概略期間 ⑧その他の営業計数 ⑨ヘビーユーザー育成の重要性		

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
第 7 回 セ ミ ナ ー	H23.11.24	東京	混迷のネットスーパー業界:問題点と 解決策	弊社顧問 中東 遼	I. 2つの成功モデルと第3極の登場！ ①50社以上、500店舗以上が<ネットスーパー>を展開しているが、 成功モデルは、2つしかない。 ②新たに成功モデルが出来てきた！ ③ポジションは？ II. 小商圏・高シェア・生鮮宅配モデルのポイント ①マーケティングの基本 ②ネットスーパーの制度設計 III. 提言
			えぶろん宅配ネット便の運営状況	えぶろんフーズ株式会社 宅配事業部 部長 野田 聡 氏	1. ネットスーパーの運営状況 2. 開業時の会員様開発 3. 開業・運営のポイント 4. 法人会員様の状況 5. 法人会員様対応のポイント 6. 課題と今後の取り組み
			稼働会員様のリピート対策と顧客感 動宅配推進運動の実例紹介	弊社代取 山田 洋一	I. 首都圏型と地方都市型の典型的なネットスーパーモデル事例 II. 高シェアネットスーパーの実現 ○ネットスーパー段階的各種施策 III. 顧客感動宅配の実現 ①積極的フレンドリー推進運動 ②積極的フレンドリーカード事例 ③瓦版事例 ④積極的フレンドリー事例のランク別分類 ⑤積極的フレンドリーカード事例集
			失敗しないネットスーパー事業新規参 入のポイント	弊社顧問 中東 遼	I. 空理空論の損益試算表は作らない ①<経費>は、大きくハズれない。大きくハズれるのは、<売上>！ ②単価6,000円の落とし穴 ③商圏・単価・配送コストの相関関係 ④利益を出すためのグランドデザインがあるか？ II. 経験者の話を聞く ①ネットスーパーを舐めてはいけない ②成功事例を、徹底して勉強(=研究)する ③経験者の話を謙虚に聞くことから、始める！ III. 小商圏モデルの選択 ①実現可能なモデルは、小商圏モデル！ ②小商圏モデルの概要 ③会員様開発が最も重要

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
第8回 セミナー	H24.3.22	東京	失敗しない新店開業のポイント	弊社代取 山田 洋一	I. 失敗しない新店開業のポイント II. 既に営業している店舗との連携 III. 経験を生かした開業セールスの成功 ①開店セール販促効果比較 ②ネットスーパー事業展開における障害 ③ネットスーパー事業のステップアップのポイント ④ネットスーパーに関心をもつお客様の割合 IV. 広商圏一斉開業よりも分割小商圏逐次開業 V. ネットスーパーの制度設計再検討 ①境界金額と平均単価の関係 ②システム&物流の再検討 VI. 関係部署と協力体制再整備 VII. 損益分岐点目標パターン VIII. 高シェアネットスーパーの誇る資産 IX. ネットスーパー事業の発展
			ネットスーパー開業成功の事例紹介・解説	弊社顧問 中東 遼	I. 事例報告 ①成功へのシナリオ ②第一エリア:日商10万円のシナリオ ③会員様開発500の具体的事例 ④開業セールで250会員様稼働の具体的事例 II. 大商圏は小商圏に負ける！
第9回 セミナー	H24.7.19	東京	イズミヤネットスーパー事業の現況と展望	イズミヤ株式会社 eコマース営業部 マネージャー 田中 和伸 氏	①イズミヤネットスーパーのモデル革新～旧型から新型へ ②イズミヤネットスーパーの現況と特徴 ③これまでに克服してきた各週課題と解決策 ④今後の展望
			アピタネットスーパーについて	ユニー株式会社 営業統括部 e-ショッピング部部長 服部 剛之 氏	1. アピタネットスーパーの展開 2. ユニー株式会社とアピタネットスーパーの立ち位置 3. 店舗のプロフィール 4. 課題と方向性
			ネットスーパー業界の現況と展望	弊社顧問 中東 遼	I. 見えてきた次世代NSシステムの必須要件 ①システム提供企業の役割 ②これからのネットスーパーシステムの要件 II. 会員様マーケティング(開発&稼働対策)の重要性認識 ①「稼働会員様」という概念 ②小商圏(店舗商圏5万世帯以下)ほど、マーケティング上で、重要な概念 ③もうひとつのマーケティング(?) III. ツートップ(IY&サンシ)について ①サンシの確信的ノウハウ ②モノからサービスへ

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
宮崎 セミナー	H24.7.26 & 27	宮崎	FS30年の軌跡とNS業界の現状について	弊社顧問 中東 道	I. FSの主力業態の変遷 II. センター型の挫折から、店舗型への移行 III. 大商圏商法から小商圏商法へ
			イズミヤNS10年の軌跡と現状について	イズミヤ株式会社 eコマース営業部 マネージャー 田中 和伸 氏	①イズミヤモデルとは？ ②開業当初の配送エリアと店舗商圏の関係 ③新旧モデルの違い ④ネットスーパーシステムの重要ポイント ⑤ホスピタリティーあふれるネットスーパー ⑥楽楽マーケットの営業実績事例 ⑦会費制会員様と一般会員様の比較実績
			小商圏高シェア生鮮宅配モデルの開業報告とポイント	弊社代取 山田 洋一	①商圏エリアと世帯数 ②ネットスーパー仕様設計 ③運営組織 ④担当者と業務分担 ⑤開業に伴う会員様開発の数値目標 ⑥会員様開発 ⑦応援団開発の目的と効果 ⑧応援団開発の具体的事例 ⑨チャイムローラー集計事例 ⑩会員様登録状況 ⑪開業セール予算 ⑫開業セール成功に向けての施策 ⑬開業セール実績と予算比 ⑭ネットスーパー地区開業セール ⑮当面の目標計数(単位地区損益分岐点モデル) ⑯小商圏高シェアネットスーパーの成功事例
			現時点で実証されているNS成功のポイント	弊社顧問 中東 道	I. ネットスーパープロット(売上&商圏) II. 2トップの動向 ①サンシさんのこだわり ②IYさんのこだわり ③2トップの共通点
			タイヨーネットスーパーの現況と課題	株式会社タイヨー 営業企画部 営業システム課 課長 横水 慎一	I. タイヨーネットスーパーの概要 II. タイヨーネットスーパーの実績と課題

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
第 1 1 回 セ ミ ナ ー	H25.3.21	大阪	アイ・ティー西宮(株) 顧問 中東 遼	ネットスーパー業界最新動向と課題	①センター型ネットスーパーは何故難しいのか？ ②商圈制圧型ネットスーパー時代の到来！ ③どこまで行っても「会員様開発」と「ノーミス」
			株式会社サイバーリンクス 流通クラウドビジネス事業部 リテイル営業部 部長 中越 康之 氏	サイバーリンクスの流通クラウド 戦略 及びネットスーパー成功事例モ デル対応システム	①サイバーリンクス社による小売業向けクラウドシステム概要 ②成功事例モデルを取り入れたネットスーパーシステム概要
			シャープシステムプロダクト株式会社 流通システム事業統括部 第2営業部 部長 松岡 史雄 氏	TVを利用したネットスーパー受注 システム	①TVを利用したネットスーパー受注の可能性 ②見守りサービス事例 ③デモンストレーション
			大日本印刷株式会社 情報ソリューション事業部 ソリューション企画開発本部 ビジネス開 発室 室長 前野 弘毅 氏	ネットスーパー事業支援サービ スのご紹介	①DNPのネットスーパー事業支援サービス概要 ②音声認識を活用したネットスーパー注文アプリについて ③レシピを活用したネットスーパー注文アプリについて
			コーディネーター アイ・ティー西宮(株) 顧問 中東 遼	纏め=今後のネットスーパーシ ステムの課題	当日の講師の方々に加えて、会場にご参加のシステムユーザー様を加えての全体のフリーディスカッションを展開したいと思っています。 常日頃思っている疑問点等がございましたら、ここで思い切ってぶつけてみてください。 有意義な討論の場にしたいと思っています。
第 1 2 回			アイ・ティー西宮(株) 顧問 中東 遼	ネットスーパー物流の現状と課題	①梱包と配送の効率化目標・・・1配達毎の物流コスト目標は？ ②目標実現のための具体的手法 ③＜直営物流＞のお勧め
			株式会社エブリデイ・ドット・コム 取締役常務執行役員 松田 達明 氏	ネットスーパー大規模物流=成 功事例報告	①ライン型ピッキングシステムの実際 ②大圏配送システムの実際 ③これからのセンター型ネットスーパーの展望
			えぷろんフーズ株式会社 宅配事業部長 野田 聡 氏	ネットスーパー小圏物流=成 功事例報告	①物流コスト@600円以下を実現する方法 ②直営パートさんによるピッキングと配送の功罪は ③日商20万円以下で＜利益＞を出すのは小圏商法

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
セミナー	H25.7.25	東京	イズミヤ株式会社 eコマース営業部 次長 脇坂 順 氏	ネットスーパー中商圈物流＝成 功事例報告	①西友モデル⇒サンシモデル⇒そして、オリジナルモデルへ ②物流子会社による近似値直営モデルとは？ ③ハンディターミナル開発によるパッキングコストの効率化の歴史
			株式会社インダ 流通営業企画管理部 マーケティング室 林 健治 氏	5坪でできる梱包システム＝提 案	①バックヤードに余裕のないスーパーマーケットが大多数 ②日商20万円以下で利益が出る＜都心型＞の提案 ③5坪・2人・2便で20万円の提案
			アイ・ティー西宮株式会社 代表取締役 山田 洋一	ネットスーパー物流における課題 と今後の方向性	①ネットスーパー物流における課題と解決策 ②ネットスーパー物流効率化のポイント ③ネットスーパー物流の今後の方向性
第 1 3 回 セ ミ ナ ー	H25.11.21	大坂	アイ・ティー西宮株式会社 代表取締役 山田 洋一	ネットスーパー事業推進における 気になるポイント	①優良会員様育成策 ②よくあるネットスーパーシステムの欠陥 ③パッキングスペースに求められる要件 他
			アサヒビール株式会社 経営企画部 デジタルコミュニケーション戦略 室 担当副部長 田口 竜也 氏	酒類業界におけるネット通販事例 紹介	○各種具体事例紹介
			株式会社平和堂 ライフサービス事業部 ホームサポート課 課長 森本 公次 氏	平和堂のホームサポートサービ ス事業戦略	①ホームサポートサービスの概要紹介 ②ホームサポートサービスの現状と課題
			アイ・ティー西宮株式会社 顧問 中東 遼	ネットスーパー業界の現状と課題	①ネットスーパー業界、今年の収穫と来年への課題 ※10年後の＜一兆円業態＞への発展ストーリー ②ネットスーパーの全体像・ノウハウ体系の一次試案 ※IYさん・サンシさんの2強に続く為に
第			アイ・ティー西宮株式会社 顧問 中東 遼	ネットスーパーで成功するには、 避けて通れない ご高齢者宅配	①縮小するマーケットの中で、拡大するご高齢者マーケット ②事例報告＝売上構成比・80歳以上で30%超のご高齢者宅配 ③ご高齢者は＜何を＞期待しているか？
			株式会社丸久 無店舗販売部次長 マルキュウらくらく便担当 徳光 康宏 氏	丸久ネットスーパー・地方＝非大 都市圏＝ での展開のポイント	①マーケット的に欠かせない電話受注 ②＜電話受注＞と＜PC受注＞のシステム面での統合 ③電話受注の具体的な仕組み＝こうレベルアップしてきた！
			株式会社ダイエー eビジネス企画推 進部 部長 谷口 幸則 氏	ダイエーネットスーパー・会員様 政策のポイント	

	開催 年月日	開催 地	講演テーマ	講師	講演内容
14 回 セミナー	H26.3.13	東京	イズミヤ株式会社 eコマース営業部 次長 脇坂 順 氏	イズミヤネットスーパー・優良会 員様政策のポイント	①50%会員様で、70%以上の売り上げ構成比 ②ランク別(S・A・B・C・D)別会員様管理の実際 ③会員様の声の収集とそれへの対応
			ユニー株式会社 IT物流本部 ECビジネス部 部長 服部 剛之 氏	ユニーネットスーパー・稼働会員 様予算管理のポイント	①顧客満足度82.2%を達成するまでの道程 ②稼働会員様が大事、特に、<継続会員様>が財産 ③ロイヤルカスタマーづくり=ユニーの企業戦略
			アイ・ティー西宮(株) 山田 洋一	顧客満足を超えた顧客感動宅配 の追及！	①顧客満足の基本は、ノーマス対策 ②物流を超えた付加価値の実現 ③顧客感動宅配実現の実際の進め方と事例報告
			アイ・ティー西宮株式会社 顧問 中東 遼	本日の纏め&ネットスーパーの全	①ネットスーパーは、システムだけ・物流だけではない！ ②ネットスーパーの全体像と実証されている各ノウハウ ③<売上=稼働会員様数 × 月間ご利用額>の公式と会員様政策