

ソリューションビジネス  
マーケティング企画モデル  
＜食品業界編＞

2023年3月28日

山東コンサルタント事務所

—目 次—

## 中・長期5ヶ年経営計画書から抜粋

I.	市場環境とターゲット	・ ・ ・ ・ ・	1
II.	マーケットモデル	・ ・ ・ ・ ・	2
III.	テリトリモデル:食品業界例	・ ・ ・ ・ ・	3
IV.	市場ポテンシャル	・ ・ ・ ・ ・	4
V.	ターゲットポテンシャル	・ ・ ・ ・ ・	5
VI.	マーケット展開	・ ・ ・ ・ ・	6
VII.	商談展開	・ ・ ・ ・ ・	7
VIII.	体制と役割	・ ・ ・ ・ ・	8
IX.	売上モデル	・ ・ ・ ・ ・	9
X.	事業展開計画	・ ・ ・ ・ ・	10

# I. 市場環境とターゲット

産業大圏

生活大圏

環境破壊から環境保護育成

商品の安全・安心社会の確立

生活者市場ニーズ追随型産業の成長  
＜顧客満足向上を効果的に実現＞

経営のスピードアップ

＜商品の短命化／供給の短サイクル・短納期化＞

IT並びにネットワーク社会の到来  
(ブロードバンド通信等)

カントリーからグローバルエリアへ  
急激な市場変化

ターゲット市場

＜消費財産業＞  
製造業

経営  
目標

- ・商品品質の保証
- ・売上拡大
- ・コスト削減
- ・フリ・キャッシュ・フロの増大

経営  
課題

- ・商品トレーサビリティの実現
- ・機会損失の低減  
ー欠品の防止ー
- ・在庫削減

課題解決ソリューション

トレーサビリティ対応型  
製販統合システム

第1ターゲット:食品業界

第2ターゲット:医薬・日雑業界

第3ターゲット:電機／自動車業界

⋮ ⋮ ⋮

## Ⅱ. マーケットモデル

年商規模(100億円以上)

業種(製造業)

差別化戦略

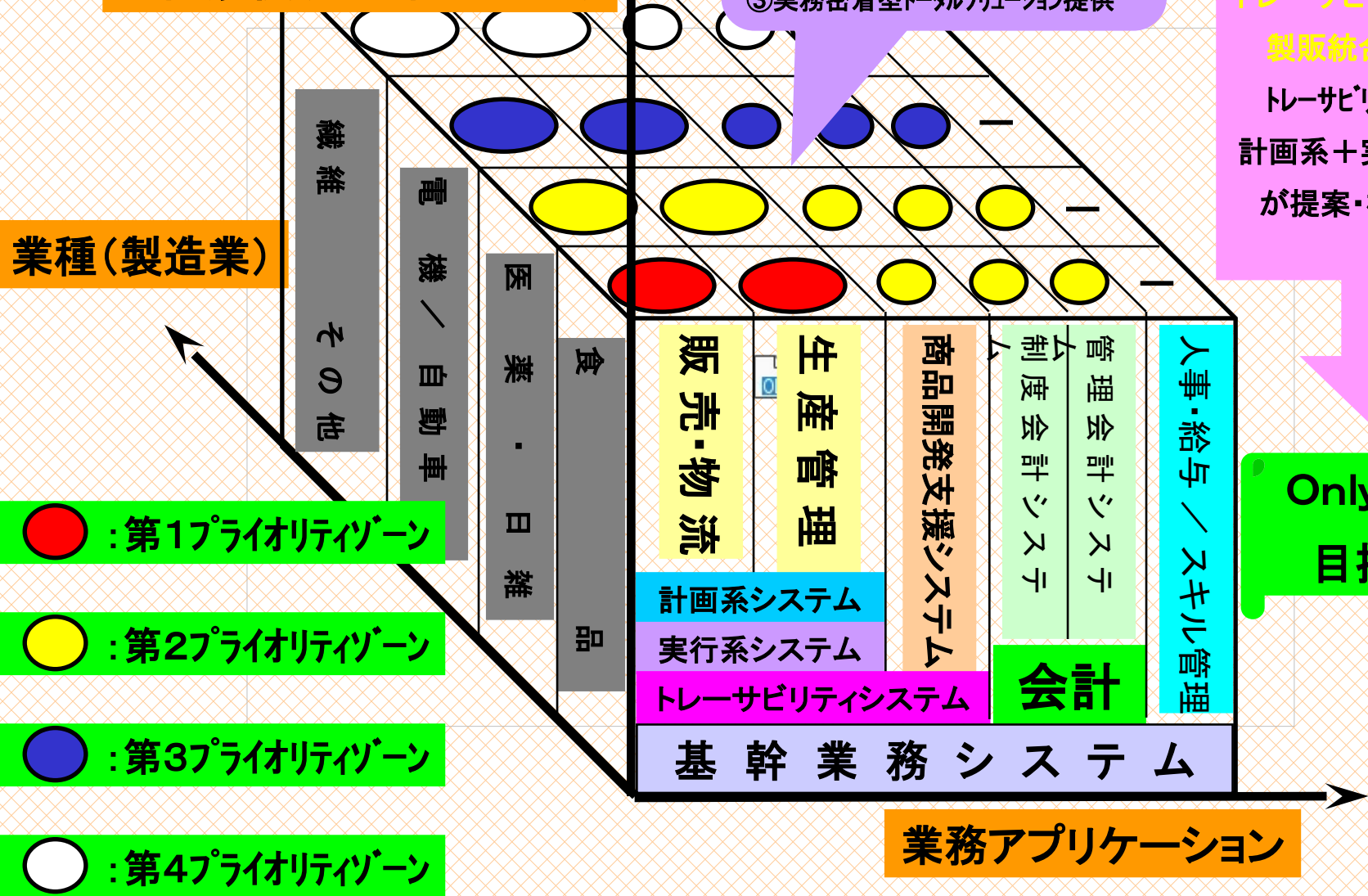
- ①業界別高度な業務ノウハウ、スキル
- ②業界テンプレートの整備
- ③実務密着型トータルソリューション提供

トレーサビリティ対応型

製販統合システム

トレーサビリティ対応の  
計画系+実行系システム  
が提案・構築できる

- : 第1プライオリティゾーン
- : 第2プライオリティゾーン
- : 第3プライオリティゾーン
- : 第4プライオリティゾーン



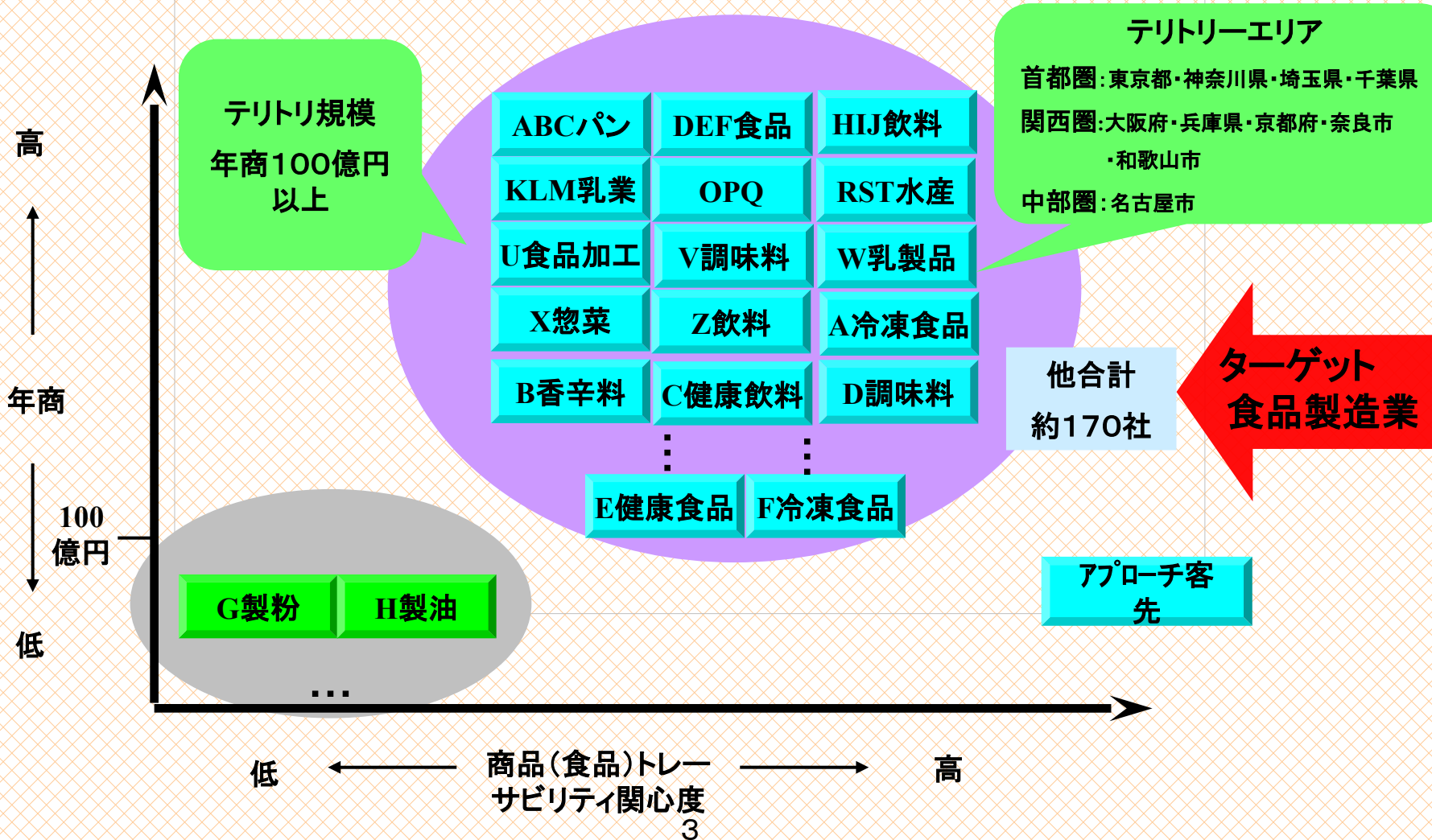
Only-One  
目指せ!

業務アプリケーション



# Ⅲ. テリトリモデル: 食品製造業界例

年商規模の大きいブランドメーカーは、自社ブランド価値の重要性に対する認識が高く、商品(食品)トレーサビリティに対する関心度も高い。



## IV. 市場ポテンシャル

(単位:億円)

項目	業種	第1ターゲット	第2ターゲット	第3ターゲット		第4ターゲット
		食品	医薬・日雑	電機	自動車	繊維
現行システム平均稼働資産額/社 (注1)		11	21	45	63	5
対象企業数 (首都圏・関西圏 日経DB調べ)		170	297	271	111	62
総現行稼働資産		1,870	6,237	12,195	6,993	310

注1: 現行システム稼働資産は、ハード・ソフトプロダクト購入及びアプリケーション開発委託費を対象範囲とした買取り金額。また、上記稼働資産は、財団法人日本情報処理開発協会調査(平成8年3月)資料及び独自の市場調査より算定。

## V. ターゲットポテンシャル

(単位:億円)

項目	業種	第1ターゲット	第2ターゲット	第3ターゲット		第4ターゲット
		食品	医薬・日雑	電機	自動車	繊維
総現行 稼働資産額/年 (注1)		467	1,559	3,048	1,748	77
年間当り想定取得額 (注2)		46	155	304	174	7
(目標当社シェア取得率)		10%	10%	10%	10%	10%

注1: 現行システム稼働資産は、平均4年更新とする。

注2: 当社シェア取得率は、10%を目標とする。

# VI. マーケット展開

## 2. 販売・開発モデルにおける役割

工程 部門	販売体系					開発・納品体系								
	アプローチ	サーベイ	提案	デモンストレーション	契約	基本構想	基本計画	基本設計	詳細設計	プログラム製作	テスト	運用テスト	納品	
営業部門	主幹工程					随時支援工程								
販売を中心とした タイアップ企業	主幹工程					支援工程			随時支援工程					
開発部門	支援工程					主幹工程								

[注]  : 主幹工程     : 支援工程     : 随時支援工程



# VII. 商談展開

## 1. 販売体系と目的

手順	販売プロセス	目的	保有資産	
	販売体系		実践セールストレーニング	
1	アプローチ	見込顧客の発掘	業種／業界向け製販統合システム	
↓	2	サーベイ	見込顧客としての条件を備えているか見極める 見込顧客として育て上げる	アプローチブック 業種／業界別サーベイブック作成
↓	3	提案	必要性和正当性の立証	業種／業界別提案書作成
↓	4	デモンストレーション	見込顧客の具体的利益の実証	トレーサビリティ対応型生産管理デモ作成
↓	5	契約	見込顧客に購入を決定させる	ソリューション事業対応型契約書類

# VIII. 体制と役割

顧客

貴社

部署
役割
目標額
有償化率
収入源 ならびに 評価

営業	ソリューション	開発
アプローチ (新規開拓・継続) 契約、納品、 売上、集金	調査、提案、 基本構想・計画、 納品	基本構想・計画、 基本設計、詳細設計、 プログラム製作、テスト、 納品
2億円/人	4億円/人	プロジェクト予算
0%	80%	100%
顧客より受注ならびに売上  (プロフィットセンター)	営業に対して成功報酬型販売支援(受注金額に比例した収入制度)  但し、運営総コストの半分を固定費として営業から計上	総コストを営業から計上  (コストセンター)

<業種特化型3部門独立体制の確立>

## Ⅸ. 売上モデル


### 1. 案件モデル

	ハードウェア	ソフトウェア <sup>プロダク</sup> 外	アプリ開発	平均粗利率
売上構成比	15%	5%	80%	28%
粗利率	20%	20%	30%	

	業務設計	システム設計	詳細設計/PG/テスト	平均粗利率
売上構成比	15%	25%	60%	30%
粗利率	30%	30%	30%(注1)	

(注1: 詳細設計/PG/テスト工程の担当要員は、外注として試算しています。)

## X. 事業展開計画

	2023年	2024年	2025年
ソリューション名	トレーサビリティ対応型製販統合システム		
	商品開発支援システム・制度会計システム……		
テンプレート開発ソリューションシステム	トレーサビリティ対応型製販統合システム 		
主要ビジネス領域	食品業界	食品業界	食品＋医薬・日雑業界
主要受注予定	2社	4社	6社
主要売上予定	1社	2社	4社
受注額	4億円	8億円	12億円
要員数 (営業＋ソリューション)[注1]	3人(2人＋1人)	6人(4人＋2人)	9人(6人＋3人)
売上額	0.5億円	2.5億円	6億円
目標粗利額／率 [注2]	0.1億円/20%	0.625億円/25%	1.8億円/30%
収支 (15百万円／人件費)	▲3500万円	▲2750万円	4500万円

[注1]上記目標を達成するには、業務ノウハウに精通したコンサルカのあるソリューション提供者が必須。

[注2]開発スキルアップにより、コスト削減が見込まれる。