

化粧品・健康食品
EC・D2C
新規参入パーフェクトガイド

EC・通販コンサルタント
クリームチームマーケティング
合同会社 代表兼CEO

山口尚大

はじめに

今のような変化の激しい時代、経営者は収益をあげているビジネスとは別に、成長性を見込める分野につねにアンテナを張っておかなければなりません。新たなビジネスの種を探し続けなければ、長期的な繁栄は叶わないからです。このことは、多くの経営者の方々が痛感していることでしょう。

本書は、経営者の方々が「化粧品・健康食品のEC・D2Cビジネスはどうか？」と考えたときに、その可能性を検討する材料になります。さらに、参入を決めた場合には、その手順を知るために活用していただけます。

前著『化粧品・健康食品業界のためのダイレクトマーケティング 成功と失敗の法則』を出版してから、ありがたいことに多くの方に「売上が伸びた」「EC・D2Cに注力する決心がついた」とお声がけいただくようになりました。

一方で、化粧品・健康食品とはまったく関係のない分野でビジネスを展開してきた会社から、「新たに化粧品・健康食品ビジネスに参入したい」とご相談いただく機会も増えました。

どうしてかと尋ねると、あるシステム開発企業の社長さんは、「化粧品・健康食品関連のクライアントが増えたから、それほど有望な市場なら自分たちも参入しようと決めた」と。また、別の不動産会社の社長さんは「第2の事業の柱として化粧品のD2Cを始めたいと思った」とおっしゃいます。

しかし、実際に参入しようとする、まったく畑違いのビジネスに、いったい何から始めていいのかわからない。そこで、私のところにご相談にいらっしゃったというわけです。

前著は、私が化粧品・健康食品業界で13年間コンサルタントとしてアドバイスしてきた経験をもとに、化粧品・健康食品を消費者に直接届け、売上をあげるための考え方を余すところなく詰め込みました。

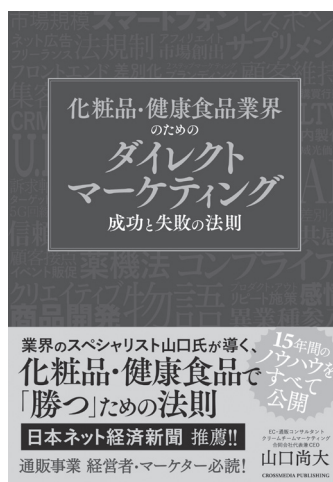
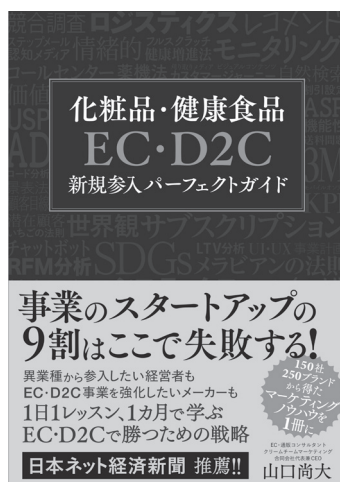
しかし、広範囲にわたる内容を漏れなく説明したため、「何から始めていいのかわからない」「手順を教えてください」という業界への新規参入を考えている初心者の方々にとっては、少々ハードルが高い中上級者向けのつくりになっていた部分もありました。

そこで本書では、化粧品・健康食品業界に新たに参入したいと考えているの方々に向けて、業界参入へのステップを示すとともに、ステップごとに注意を払うべきところを順序立てて解説しています。

本書を手元に置いていただければ、私がコンサルタントとして一緒に併走しているかのように、あなたを事業の成功まで導いていきます。

本書は「これからゼロから事業をはじめたい」「何から手をつけたらいいのかわからない」といった化粧品・健康食品EC・D2Cビジネスの初心者の方に、前著はすでに事業をスタートしている中上級者の方に最適な内容となっています。前著は、大学入試過去問題集シリーズで有名な赤本さながら、化粧品・健康食品ビジネスの成功と失敗の法則を学ぶことができ、本書では競合ひしめくレッドオーシャンであるこの業界への参入をブルーオーシャンに変える手順を示す青本として位置づけました。2冊セットでご活用いただけるとよりビジネスに役立ちます。

化粧品・健康食品EC・D2Cの教科書として



前著の出版から、社会の状況は大きく変わりました。新型コロナウイルスの登場により、ニューノーマルといわれる新たな生活様式が推奨されるようになり、今現在も感染症と付き合っていくことを余儀なくされている社会的状況があります。

そのような状況のもと、化粧品・健康食品のEC・D2Cビジネスをとりまく環境も変わってきています。本書では、そのあたりについても前著からアップデートしています。

また、前著でも述べたように、人間が変わらない以上はマーケティングの本質も変わりません。しかしながら、デジタルマーケティングの成果に大きくかわるアルゴリズムや法律面で細かい変化が起こっています。それらの変化についても、知っておいたほうがよいことは本書に記すようにしました。

そういうわけで、本書のターゲットは次のような方々です。

- ・新たに化粧品・健康食品のEC・D2Cビジネスを始めたい
- ・BtoBのビジネスモデルからBtoCのビジネスモデルに転換したい
- ・化粧品・健康食品のEC・D2Cビジネスを成功させるまでのステップを順序立てて学びたい
- ・ニューノーマル時代の業界の見通しやEC・D2Cビジネスにおける成功ポイントを知りたい

本書は第1章から第6章まで全部で31項目のトピックスについて解説しています。1日1トピックス、全部で31日間、1カ月のレッスンで化粧品・健康食品EC・D2Cへの新規参入までの流れを学んでいただけるような構成にしました。

私がコンサルタントとして事業のアドバイスをさせていただくときも、本書に書かれているような順序で見直していきますので、実際の進め方に則したかたちで読み進めていただけます。

本書がみなさんのお役に立ち、化粧品・健康食品のEC・D2Cビジネスを次なる収益の大きな柱としてしっかり育てていける会社が増えることを、心から願っています。

EC・通販コンサルタント
クリームチームマーケティング合同会社 代表兼CEO
山口 尚大

目次

はじめに.....	002
-----------	-----

Chapter 1

化粧品・健康食品に潜む ビジネスチャンス

Day01 「化粧品・健康食品」EC・D2C ビジネスが 有望な理由.....	012
Day02 今後も伸び続けるECというチャンネル.....	020
Day03 ゼロから異業種でも新規参入できる3つのポイント.....	026
Day04 レッド・オーシャンで勝ち抜くポイント.....	032
Day05 新規参入プロセスの全体像.....	036

Chapter 2

事業戦略を立てる

Day06 ミッション・ビジョン	040
Day07 バリューストックポジションと顧客ベネフィット	046
Day08 製品ポジショニング戦略	053
Day09 顧客戦略	056
Day10 競合対策	059
Day11 事業計画	063
Day12 オファー設計	065
コラム 補助金制度で資金を調達する	068

Chapter 3

売れる商品をつくる

Day13 製品コンセプト	070
Day14 パッケージデザイン	072
Day15 視覚戦略	075

Chapter 4

効率的なシステムを構築する

Day16 EC システム・ロジスティクス	080
Day17 決済方法	090
Day18 UI・UX 設計	094
Day19 コンテンツ戦略	099
Day20 ロジスティクス (物流)	103
Day21 お客様対応、担当 (コールセンター)	105
コラム EC サイトや LP の制作会社を選ぶときに注意したいこと	107

Chapter 5

顧客に確実に届ける

Day22 マーケティング	110
Day23 広告	113
Day24 PR	125
Day25 SEO	128
Day26 新規顧客と既存顧客	131
Day27 化粧品・健康食品の関連法案	135
コラム 売上を爆上げるコピーテクニック	141

Chapter 6

勝ち続けるために

Day28 EC・D2C・ビジネスを成功に導くチームビルディング	144
Day29 KPI と施策レビュー	148
Day30 計画の見直しと重要指標の再設定	151
Day31 社内教育	156
Epilogue 「世界観」をつくり、確立する	163

カバーデザイン 城匡史
本文デザイン・DTP 荒好見