

紙媒体 DM(チラシ) を利用した北海道の食品(海産物・農作物・特産品) を販売

所在地 北海道北見市

創業年 2017 年

従業員数 40 名



時代の流れに対応したWeb 販売戦略の強化

業務委託契約
(準委任型)

01

抽出された
経営課題



新たな販売チャネルとしての Web サイト強化

当社は「オホーツクの海の幸を全国の食卓に」を合言葉に、これまでに蓄積した顧客データを元に紙媒体を利用した DM(チラシ) による商品販売を展開してきました。北海道というブランド力を活かした食材の販売においてこれまでの販売手法に加え、EC サイトによる新たな顧客発掘が課題と考え検討を行ってまいりました。EC サイトについてはこれまでも存在しておりましたが、商品ページの見せ方、ユーザビリティ等の改善が必須と捉える中で、北海道プロフェッショナル人材センターのサポートによる副業兼業者の活用提案もあり、経営課題解決に向けた対応に着手することになりました。

02

プロ人材に
与えられた
ミッション

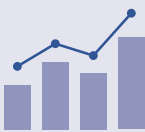


ユーザビリティを追及した Web ページ改編

当社のチラシ掲載商品を参考に、どのような Web ページによって新たな顧客獲得、売上増につなげていけるか、その仕組みづくりをまずは目標とさせていただきます。そうした中で着手したのは、Web ページに掲載されている海産物・農作物・特産品等のおよそ 200 商品アイテムについて、ユーザーに対して北海道の魅力ある商品にチラシでは表現のできない付加価値をつけ購買意欲を喚起させる、世の中に多数ある商品販売サイトとの商品比較の優位性、差別化を図ることが企業課題解決の第 1 歩として認識し、早速ミッションに対して社内 Web 担当者と関係を密にしたうえで行動を開始してもらうこととなりました。

03

プロ人材が
もたらした
効果



商品販売チャネル多様化へのスタート

副業人材である栗原氏とは定期的に当社担当とオンライン、メール等による打ち合わせにて当社ミッション達成に向け現在も業務に携わっていただいております。具体的には当社のサイト内商品について、デザイン性、商品の魅力、レシピ等掲載によって商品そのものの付加価値を高め、顧客の購買意欲を強く喚起させることが出来るページ作成という観点から業務に従事していただいております。当社 Web 掲載商品は多数有るため現在このミッションは継続中で、当社商品購入顧客層、販売単価面の変化はまだ大きくは見られませんが、実際の見やすさ、訴求力向上は感じており、近い将来確実にその効果が現れるものと期待しております。



北海道、特にオホーツクの食材の魅力画像を通じて顧客目線に訴えるデザイン性、見た目のインパクトを重視したページ作りに携わっていただいております。商品アイテムが多数あることから月に数件の更新を目標に手を加えていただいております。

プロ人材【入社時のプロフィール】



栗原 沙和子 氏

役職名: Web デザイナー
年齢: 37 歳
家族構成: 夫、娘、息子
出身地: 千葉県 遷居ルート: 転居なし
業務遂行手段: 全て遠隔業務

主な経歴: 化粧品会社、広告代理店での Web 制作を経て、現在は Web ディレクターとして活躍。

これまでに全国の BtoC 事業の支援を Web とデザインとの両面から行ってきました。地域の名産を全国へ拡大するという EC 事業支援は私自身も特に力を入れていたこともあり、そのノウハウを活かせればと思応募いたしました。現在は当社の目標である EC サイトの CVR 向上、デザインでの訴求力強化を二人三脚で進めており、それぞれの商品の魅力がより伝わるようお手伝いができていることを嬉しく思います。今後のさらなる事業の拡大・発展が楽しみです。

企業からの声



常務執行役員
高須 幹諭 氏

当社には今回の Web ページ改編に携わっていただいている栗原氏のようなグラフィックデザイナー的なセンス・力量を持ち合わせた人材がいなかったことからその仕事振りにはとても感銘を受けております。今後多くのページ改編に協力していただきたく、出来るどころ、手のついていないところから少しずつ手を加えていただいております。