

顧客名簿を活用したダイレクトメールによる売上拡大

会社名 弓削農園

会社概要 日南市北郷町にある家族経営の果樹園

1. 相談のきっかけ

相談者は代表のご子息。コロナ禍により市場にみかんが溢れてしまい、売れ残った大量の蜜柑を廃棄する場面に遭遇し事業承継を決断。

実家にて農業のノウハウを引き継ぎつつ、六次化や新たな販路の開拓を模索している中で宮崎県よろず支援拠点を知り相談に訪れた。

2. 課題整理・分析

独自のノウハウで栽培された蜜柑は商品力が高いため、これまでは時期になると市場以外にも個人での引き合いもあり、一定の販売量を確保できていたという実績がある一方で、コロナにより市場価格が大きく変動し、値崩れを起こした蜜柑の売り先を確保することができずに廃棄するしかないという選択肢の少なさが課題。

3. 解決策の提案

市場への卸に頼るだけでなく、顧客と直接繋がって販売するスタイルを提案。具体的に今までの顧客をリスト化し、定期的な情報発信で直接販売を促す手法を強化。

①自社のこだわりや商品の説明をしっかりと行う。②栽培に携わっている人の人柄から関係性を構築する。③販売する時期を予め予告し予約注文を受けることを目的としたお手紙付き注文書を配布。

4. 成果

蜜柑の出荷前にダイレクトメールを約100通郵送。夫婦の笑顔进行全面に写した近況報告や蜜柑の紹介文とネット注文の告知及びFAX注文書を同封したところ、約15万円の売上を確保することができた。さらに時期が異なる銘柄の出荷前にも同様に紹介し（リストは同じ）、約5万円の売上追加となった。

今後は、加工品等も開発し販売しつつ、併せてリストの拡大も行っていく。今回は既存顧客がネット販売を活用しない高齢者が多かったためダイレクトメールを郵送したが、若者向けのネットによる通信販売も強化していきたい。



5. 相談者の声（弓削農園 弓削勇雄様）

宮崎県よろず支援拠点の利用させていただき、今後、どのように取り組んでいくべきか凄く参考になりました。特に島中様には、弓削農園の現状を把握していただいた上で「今後どのように取り組んでいきたいのか？」を掘り下げていただき、更には、自分自身で答えを導き出すようにアドバイスをいただきました。その答えや考えが出来たからこそ、今後どのように考え、行動すればよいか自分なりの指針が出来ました。今回、事前注文に取り組み、売上が上がったことで、両親もやる気になったことが何よりも嬉しかったです。「既存顧客を大切にする。」島中様のその言葉を大切にしながら、更に経営が安定するように今後も精一杯努力して参ります。引き続き、よろずを利用していただければと思います。