

仲宗根糰家（食品製造・販売業）の取組み事例： アナログな受発注・在庫管理業務の効率化と、Webサイトリニューアルに向けた戦略策定

参加者

	企業	社名	株式会社仲宗根糰家
		業種	食品製造・販売業
		事業概要	沖縄の黄麴製造パイオニア、 麴関連製品を製造販売
		所在地 (都道府県・ 市区町村)	沖縄県那覇市
	提供データ 種類/蓄積量	EC販売実績データ 在庫管理データ等	
	参加した 受講生 の概要	チーム名	いちやりばちよーでー
		チーム人数	6名
		スキル・PR	沖縄が好きな業務改善・EC・ Webマーケのプロ集団が、現場 目線で親身に伴走支援
	進める中で 工夫したこと	「あるべき論」を押し付けず、企 業様の現状とリスクに寄り添っ た合意形成	

実施概要

課題内容

糰文化を未来へつなぐための「事業拡大」と「業務基盤」の両立

- 業務フローの属人化と分断
- EC売上の伸び悩み



実施した検討内容

1. 業務フローの可視化とシステム選定

- 受発注・在庫管理の業務フローを可視化。ツール調査し、理想形の業務フローを作成。

2. Web/ECサイトの定量・定性分析

- SimilarWeb等を用い、ユーザー属性、滞在時間、離脱ポイントを解析。改善案を提案。



検討の成果

1. 段階的な業務フロー改善のスタート

- 全ツール入れ替えは高リスクと判断し、まずは「freee会計」のトライアルをスタート。

2. 1月のサイトリニューアルに向けた改善案のご提案

- サイトリニューアルおよび今後の継続的なWeb/ECサイトの改善における示唆を提示。

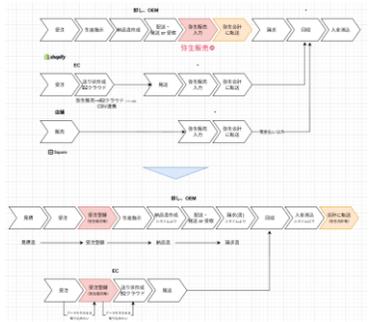
仲宗根化粧品 (食品製造・販売業) の取組み事例： アナログな受発注・在庫管理業務の効率化と、Webサイトリニューアルに向けた戦略策定

実施内容の詳細

成果

1. 業務フローの可視化とシステム選定

- 現状業務フローのヒアリング
- 改善箇所の洗い出し
- システムの調査・選定



2. Web/ECサイト流入実態調査・ユーザー意識調査 (定量/定性)

Web/ECサイト流入実態調査・ユーザー意識調査 (定量/定性)

- 30歳～60歳女性に関する健康意識調査
- 30歳～60歳女性に関するサプリメント利用調査
- 解析ツールを使いECサイトへの流入経路、アクセス数の実態調査

ECサイト (Shopify・楽天)

- 現状の管理画面や分析情報の活用状況をヒアリング

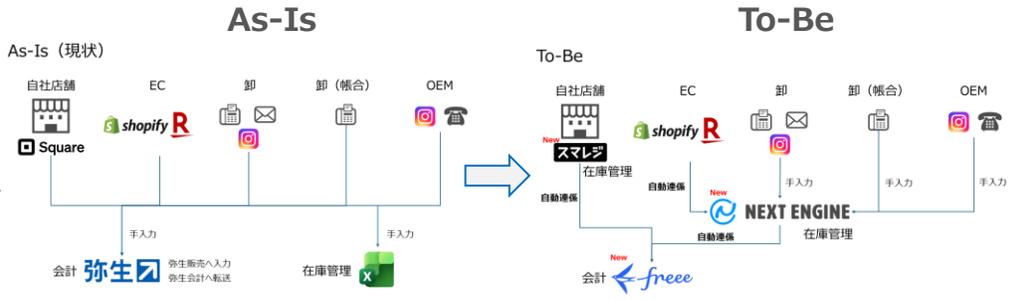
1. 年代別：利用している種類と目的 (2025年最新傾向)

年代	主な種類 (成分)	利用の主な目的	定性的な「声」の傾向
30代	ビタミンC・B、コラーゲン、鉄分、グリセリン	美肌・美白、疲労回復、貧血予防	「おやつ感覚で手軽に栄養を」「毎日の自分のための先行投資」
40代	エクオール、フラセチン、乳固形、亜鉛	更年期ケア、腸内環境、代謝維持	「原因不明の不調 (ゆらぎ) を改善したい」「太りやすくなった体質を改善」
50代	インフラボン、ルテイン、カルシウム、DHA/EPA	老眼・眼精疲労、更年期、血圧サラサラ	「老後のために神や血管を丈夫に」「成分の含有量や安全性が優先」
60代	グルコサミン、コンドロイチン、高機能マルチビタミン	関節痛予防、認知機能維持、免疫向上	「いつまでも自分の足で歩きたい」「病院の薬と併用して安心したい」



段階的な業務フロー改善のスタート

- 現状業務フローの可視化
- 理想フローの提示
- 新システムの提案
- 会計ソフトのトライアル開始



1月のサイトリニューアルに向けた改善案のご提案

サイトリニューアルに向けた改善案のご提案

- 「こちらが売りたい」から「ユーザーが欲しい」への変換
- 指名検索からユーザーニーズに応えるサイトへ
- 戦う主戦場を変える

ECサイト (Shopify・楽天)

- RMSで確認すべき項目のレクチャー

エグゼクティブ・サマリー：なぜ今、戦略転換が必要なのか

The Challenge (現状の課題)

- 月間アクセス数：約2,000 (CVR 1.47%)
- 流入経路：ほぼ指名検索のみ。新規客が取れない。
- 競合状況：「競」ビッグワードでは、アクセス数36,000を誇る競合 (ヤマト醤油味噌など) に負けてない。

The Insight (市場の機会)

- ターゲット (30-60代女性) の93%が「なんとなく不調」を抱えている。
- 「美容」よりも「健康維持 (睡眠・代謝・骨密度)」への関心が急増。
- サプリメント離れ：薬ではなく「自然な食事」で解決したいというニーズ。

The Solution (仲宗根化粧品への処方)

- 「生 (非加熱)」という絶対的な差別化要因。
- 「悩み解決型」へのサイト構造変更。
- 送料・単価の高さを「鮮度と酵素の証 (冷凍流通)」として逆手に取るブランディング。

