

経営のヒント309 みやじ豚BBQ ショールームミニング・マーケティング

「みやじ豚」をご存知ですか？

私は以前から、面白いビジネスモデルだなと興味があったのですが、ちょうど臥龍さんのメルマガを読んでいたから、記事がありましたから、ご紹介します。

下記、みやじ豚のHPです。

BBQの料金4700円。・・・これ高いけど人気！（月1～2回、毎回満員）

オーナーからのこだわりを聴き、みやじ豚のBBQを食べる。

唯一の販売がネットショッピング。（ネット購入へ誘う）

みやじ豚 BBQ (バーベキュー) 湘南の豊かな環境で育った美味しい豚の ...

bbq.miyajibuta.com/

みやじ豚 BBQ お申し込みはこちら！ みやじ豚オススメ 特選素材; 自分で楽しむ How to BBQ. みやじ豚オフィシャルサイト; ファーマーズバーベキュー; 宮治勇輔の農業プロデュース論; みやじ豚メルマガジン; 農家のこせがれネットワーク.

【社長のビタミン・一日一語】181105

第4854号の「一日一語」は『【みやじ豚・BBQマーケティング】』

『入江 元太 @APRA関東事務局／入江感動経営研究所です。http://irie-kando.com/

APRA関東＋無敵経営研究会(酒井英之代表)の共催で、

『カンブリア企業！みやじ豚・宮治社長講演会＋日本一美味しいみやじ豚！BBQ大会』を開催いたしました。

宮治社長講話は、ざっくり、

- ・豚ちゃんをどう飼育するのか
- ・だからうちの豚ちゃんは美味しい
- ・よし！これからみんなで試食しよう！

という話かと思いきや、期待は超・裏切られました。

いい意味で！

実体は、スーパー上質な、「マーケティング」「事業承継」の勉強会でした。

あまりにすごすぎるので、

1. マーケティング編
2. 事業承継編

の2回に分け、お伝えしますね。

●1. マーケティング編

・宮治社長の半生記

「大変なこともありました。今だって大変です。この国では、目立つと、叩かれますから。笑」

・豚ちゃん飼育秘話

「なぜみやじ豚は美味しいのか！“腹飼い”の秘密」

・マーケティング

「マーケティングの理想は、営業の努力をゼロにすること。向こうから、ぜひお宅と取引したい、と言ってもらいたい。BBQマーケティングで、これを実現している」

・ブランディング

「ブランディングとは、他との違いをわかってもらうこと。すなわち“差別化”のこと。差別化とは、自らの特長を複数組合せ、地域で唯一無二の存在になること。

みやじ豚の場合、

・国内の養豚事業者5千件 ⇒湘南地域では19件

⇒自社ブランドで売り出している事業者2件

⇒BBQやっているところ1件

で唯一無二の存在になっている。

養豚事業者が多くても、BBQ事業者は多くても、これらを組合せ、自社ブランドでやっている事業者は、湘南ではみやじ豚のみ。これがブランディング」

・差別化

1. 味

美味しくなければリピートなし。

安心安全は当たり前。

100点は目指さない。80点以上なら多くの人が美味しいと感じる。あとは好みの世界。

他と組合せて唯一無二になる。

2. ネーミング

わかりやすいことが大前提。(読む、聞く、書く)

違いがわかることが大事。

社名とブランド名を一致させるのが一番わかりやすい。

3. 希少性

ワインに学べ。

需要より1台少なくつくれ。

新潟コシヒカリが致命的状況。

管理しきれず、いいものと悪いものが混在し、特級品にならなかった。

フェラーリは、発売前に完売している。

ロイヤルブルーティージャパンは、こだわりが半端なく、紅茶が1本30万円もするが、完売する。

JALファーストクラスで利用されている。

安いのも3千円。

普通の紅茶ならコンビニで200円で変えるのに。

みやじ豚は100グラム400円。まだまだ学ぶ余地がある。

4. 物語

モノを売るのではなく、物語を売る。

うんちくとこだわり。

動機と情熱。

なぜ農家をやっているのか。

地域にどう貢献したいのか。

主人公は人。モノではない。

人が見えない商品は、ブランド化が難しい。

チラシやWEBだけでは伝わらない。

五感に訴えかける。

みやじ豚は、これを、BBQで伝えている。

5. 販売チャンネル

ここでしか手に入らない、が理想。

どこでも売っている、では希少価値なし。

高く値付けできない。

●まとめ

とまあ、こんな感じでした。すごいんですよ。

日本は、人口が減っているなので、マーケットが縮小している。

だから、パイの食い合い。

事業者だって、縮小するしかない。

…であるからこそ、売るためには、考えないといけない。

考えて考えて考えぬけば、勝ち組になりうる。

それも圧倒的な。

圧倒的な勝ち組と、負け組、そして消滅組。

三極分化が始まっている。

みやじ豚は、圧倒的勝ち組を目指している。

「それでは、わが社は、どうするか？」

…この宿題を、参加者全員、持ち帰りました。さーどうするか！

この答えは、マーケット縮小が完全に見える化される、2020年・オリンピック後に、はっきりします。

いま種蒔きしないと、刈り取れない時代がやってきます。

だから、今ですよ今！

一緒に、全力で脳に汗かいて、考えましょう！』

<経営のヒント>