

営業人員を増強へ

対面販売で月商17億円の体制構築

日本トリムはこのほ

ど、23年3月期に、営業人員を増強する方針を明らかにした。対面販売の販売力の底上げが目的。

営業マンを40人規模で採用する。電解水素水整水器の販売台数を月間6700台まで高めたいという。月商を17億5000万円まで引き上げたいとしている。

日本トリムは23年3月期の整水器販売の取り組みとして①主力製品の最高機種へのシフト②販売力の底上げと人員増強③健康経営の企業向け提案④ウェブマーケティングやオウンドメディア経由の資料請求数の増加などを掲げた。

②の販売力の底上げと人員増強については、職域販売を行う「DS事業部」の人員を、現在の102人から120人に増強する。紹介販売の「HS事業部」は45人の人員を60人に増やすとしてい

る。「DS事業部」の整水器の月間販売台数を5000台まで伸ばしたいと考えている。

え。「HS事業部」の整水器の販売台数は同1700台にしたいという。目標に見合った販売体制を、23年3月期中に構築するとしている。

23年3月期の売り上げ計画では、81億5900

△期
リム
3月
22年
整水器事業売上高9.9%増

職域販売が一時回復も、感染再拡大が影響

電解水素水整水器の職域販売を手掛ける日本トリムの22年3月期のウォーターヘルスケア事業の売上高は、前期比9.9%増の72億7600万円だった。職域販売では、セミナーの開催数が21年10-12月に一時的に回復したものの、新型コロナウイルスの感染再拡大によって、22年1-3月期（純第4四半期）のセミナー開催数が前年同期比で26%減少した。

日本トリムは22年3月期において、営業力の底上げのためのトーク内容の見直しに努めたという。その結果、セミナー1件当たりの販売効率が

DS事業部の売上高は、前期比15.3%増の39億7000万円、取付・紹介販売を行うHS事業部の売上高は同7.7%増の15億7800万円だった。20年12月から実施しているウェブマーケティング部門では、売上高は4億7600万円となった。

CPA（一件当たりの顧客獲得単価）とのバランスを取りながら、ブランドの強化と販売プロセスの効率化を進めていくとしている。

万円と設定した。5年後の27年3月期の売上高として200億円の達成を目標としている。

顧客数300万人を達成するため、販売力の底上げや、ウェブ販売の強化、DX、新規チャネルの開拓などを進めていく方針だ。