

優良事例発表会事業

今年も9店舗が選出 第一次審査行われる

事業概要

優良事例発表会事業は、創造的で優れた販売技術や手法等を駆使して飲用牛乳の需要の掘り起こしに寄与し、優秀な販売実績を上げている牛乳販売店を全国から選出し、その技術や手法等の優良事例を中央において発表し表彰するものです。昭和六十二年度にスタートして、今年度で第二十四回目を迎えます。

① 都道府県流改協に於いて、優れた販売店2店を代表としてプロ

ツクに推薦する。推薦する販売店は、五年以上経営していること及び売上高が三年以上前年の九十五%を上回り、粗利益が三年以上前年を上回っていることが条件となる。

② ブロックでは各流改協から推薦された代表をブロック審査会で審査し、まず、仮順位を付ける。ブロック審査会は、ブロック長、都道府県流改協会長、及び経営専門家が審査委員となっている。

尚、ブロックは北海道、東北、関東甲信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州の九ブロックとなっている。

③ 仮順位上位二店を経営専門家が訪問調査し、その結果を基に再度ブロック審査会を開催し、ブロック代表店二店を選出する。(関東甲信越ブロック、近畿ブロックからは各二店)

④ 各ブロックから選出された



昨年度の優良事例発表会の様子



第一次審査会の様子

代表店を、第一次審査会にて審査し、その結果を中央審査会に答申する。

⑤ 中央審査会は、第一次審査会の答申を受け、その内容及び中央発表会での発表内容について審査し、最優秀賞、優秀賞、優良賞及び特別賞を決定し、表彰する。

以上の手順で、今年度は近畿ブロックからの選出はありませんでしたが、ブロック代表九店が選出されました。

第一次審査会

第一次審査会は、十二月六日(月)午後一時三十分から御茶ノ水・東京ガーデンパレスにて開催されました。松尾会長を審査委員長に選出した後、ブロック審査にて実際に販売店を訪問してきた経営専門家の審査委員

白熱した議論の結果、最優秀店、優秀店、特別賞を選出し、中央審査会に答申することとなりました。

ブロック代表・最優秀店

〔北海道ブロック〕

菊地商店

(代表者：菊地八ナ子・メグミルク)

最北の地で初代が「乳牛を育て、牛乳を搾り、販売する」事業からスタートして四十五年。五代目まで基本を忠実に実践し、お客様との絆を深め温めて着実にファンを増やし続けている。

〔東北ブロック〕

(株)フラインコミュニケーション

(代表者：三浦哲也・メグミルク)

父の店を手伝い、宅配を開始して僅か十三年。自社で始めたテレアポ拡張は、社外研修を重ねてパワーアップし、今では全店の頭脳となっている。本支店間でのIT活用は情報の一元化と戦略的活用のレベルに達している。

〔関東甲信越ブロック〕

(株)柏屋

(代表者：松永廣美・明治)

卸では有名な「柏屋」。経営者は女性だが、従業員二十七名中十九名が男性で、元氣な定年退職者が多い。昼配による対面販売と集金でお客様と信頼を深め、三名で一班の活動組織では、売上や開拓の目標管理を行い効果も上げていく。

〔関東甲信越ブロック〕

ミルクルイワマ

(代表者：岩間治夫・協同乳業)

東京都江東区越中島、下町の閑静な住宅街に店舗があり、銀座・築地・豊洲などにも近い。立地環境から、商圏を半径二キロと決めて区役所や事業所へのデスク配を積極的に行った結果、十年前の三倍以上の軒数を獲得した。

〔北陸ブロック〕

(有)けんこや

(代表者：内田憲司・明治)

大学卒業後四年間の会社勤務を経て家業を継いだ。従業員の経済的・精神的な豊かさの向上と牛乳販売店の社会的地位の向上を目指して取り組んだ。十三年後の現在、職場には活気があふれ、従業員のモチベーションも上がった。お客様も四倍に増加した。

〔東海ブロック〕

ミルクランド

(代表者：太田直・明治)

平成十六年に新規開業した。差別化するために自社商品、他社商品を徹底的に勉強しお客様に伝えたい。朝配、訪問集金でコミュニケーションを深めた。会社勤務での経験を活かして作成したオリジナル帳票は、リアルタイムで売上・在庫が把握できる優れ物。

〔中国ブロック〕

因島村上販売店

(代表者：新藤元紀・明治)

自らを「牛乳果物屋さん」と称し、「牛乳+果物=健康」をコンセプトに営業活動を行い、多くのファンを獲得している。お客様の実態を掴み、敢えて「チラシ」を作成し、その配布方法も工夫し効果を上げている。

〔四国ブロック〕

毎日牛乳西宝町販売所

(代表者：岡村和代・毎日)

昭和五十八年創業。お客様は「お年寄り」(老人夫妻、独居老人、同居老人)が非常に多いことから、折に触れてはパソコンを使わず手書きのメッセージを配布して心を通わせている。その結果、長い付き合いとなっている。

〔九州ブロック〕

(有)花ミルク宮崎

(代表者：森和彦・メグミルク)

不動産業を兼業している強みを活かし、オートロックマンションへの拡張が成功している。また、サーフィンのメッカの地の利を生かし、長期滞在のサーファーを拡張員に採用している。十二年前宅配八十件軒でスタートし、現在千五百軒。

全改協 理事会、会長会議を開催

全改協は、平成二十二年十月三十日(土)、東京 お茶の水の東京ガーデンパレスにて理事会と、引き続き会長会議を開催しました。

理事会 本年度事業の進捗を確認

理事会は、成立に必要な定数の三分の二以上である、十八名の理事の出席を得て成立しました。松尾会長を議長に選出した後、依田理事と渋谷理事を議事録署名人として選出し、松尾会長の挨拶のあと、議事に入りました。

今回の議題は、審議事項として、牛乳販売店特別事業ほかを審議。報告事項としては、本年度の全改協の各事業の進捗、拠出金の入金状況や、現在全改協の規程の見直しを進めていること、などを報告しました。

審議事項の結果

牛乳販売店特別事業は、全改協組織強化事業の二つに位置づけられている事業です。「牛乳販売店に貢献できる事業を企画し、実施する」という事業の内容で本年度の総会の承認を受けており、予算計上もされております。

具体的な事業の内容を、去る九月に開催された常任理事会において討議し議論を経た結果、「本年度は、組織強化事業を各

その他

(第五十七号)でもお伝えしておりますが、改めて各事業の終了後に、詳しくお伝えする予定です。

橋本専務理事より、次の二点について説明とお願いがありました。

報告事項の結果

本年度の事業の進捗について、事務局から報告しました。報告対象の事業は、①販売拡張のための調査、②消費者ニーズ実態調査、③消費拡大協議会・指導者育成研修会、④優良事例発表会の四つです。なお、全改協だよりでは、各事業について前号

このほか、会費見直しについて審議しました。

会長会議

全国の流改協の会長が一堂に

理事会に引き続きまして、会長会議が開催されました。全改協の役員、理事、全国流改協の会長あわせて四十五名が出席されました。流改協の会長が一堂に会する機会は数少なく、会長会議は貴重な機会です。昨年度は十一月に開催されました。

会議は、松尾会長を議長に選任し、主に、先だって行われた理事会の内容を報告する、という形で会議が進行しました。

議題が各流改協の運営に直接関係するため、皆さん真剣に会議に取り組みました。

質疑応答では「会長会議を、メーカーの枠を越えて地域の諸問題を話し合う場にした」「末端の販売店までなかなか降りてこない情報を聞き出す場として、会長会議を積極的に使って欲しい」といったような意見も出され、地方の皆さんの真摯な思いがうかがえる会議となりました。

会議終了後は、同じガーデンパレス内で場所を移して懇親会が開催されました。

接近中の台風十四号が上陸の恐れがあり、帰りの交通機関を気にされる会長が多く、残念ながら早めのお開きとなりました。それでも会場の至る

所で話の花が咲き、普段直接顔を合わせることもない会長が集まる機会を、みなさん有効に利用なさっていらっしゃいました。

各流改協の会長、事務局の方々、通常の店舗運営に忙しいかわら流改協の活動に携わっていただいております。このため、全改協の活動には、なかなか思いうような努力はかけられないというのが実態かと思えます。

しかし、会長会議等の会議は、他の地方との連携について見直すよいチャンスです。また、全国規模で足並みを揃えて活動を行う全改協の事業を積極的に利用されることも、よい商機になります。

こういった、幅広い全国活動の中からビジネスチャンスをつかんでいただくためにも、全改協の活動にご協力いただきたいと思います。



〈宅配シェアNO.1の明治乳業から〉

【(株)総合プランニング調べ (09年4月～10年3月)】

明日をもっとおいしく
meiji

原辰徳 新・健康生活 はじめる



新発売



1日分の
カルシウム
700mg

1日分の
鉄分
7.5mg ※1

明治 ミルクで元気

〈低脂肪〉※2
乳飲料/180ml

1本で1日分のカルシウムと鉄分。
カルシウムと鉄分は、ともに日本人に不足しがちな栄養成分。「明治ミルクで元気」は、不足しがちなカルシウムと鉄分を一緒に1日分おいしく摂れるミルクです。

※1 栄養素等表示基準値(「日本人の食事摂取基準(2005年度版)」より) ※2 五訂普通牛乳比1.6g/100ml低減

月極めでご自宅までお届けいたします。

明治の宅配サービス

明治の宅配サービス 健康プラザ ▶ <http://takuhai.meinyu.jp/>

●お問い合わせ・お申し込みは、フリーダイヤルへ。

受付時間/月～金曜日9:00～17:00 **オミゴトミルク**

●土日・祝日は休業です。

0120-035-369

明治の宅配 検索

明治乳業株式会社

親と子供の『牛乳』に関する調査データ ママも子供も、一緒においしく牛乳を飲もう!

子供たちの健康と成長にとって不可欠な牛乳。
幼少期から飲用習慣を身につけた子供たちは、将来大人になってからも牛乳を飲み続けることが期待できます。
今回は親と子供の『牛乳』に関する意識・行動を調査したデータをピックアップしてご紹介しましょう。

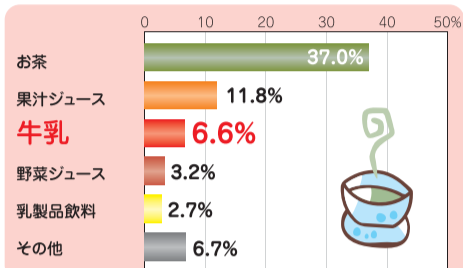
若いママも子供には牛乳を飲ませています!

20~30代を中心とする主婦(10代3.4%・20代70.4%・30代24.7%・40代以上1.5%)に、子供とママのよく飲む飲み物についてアンケートを行いました。

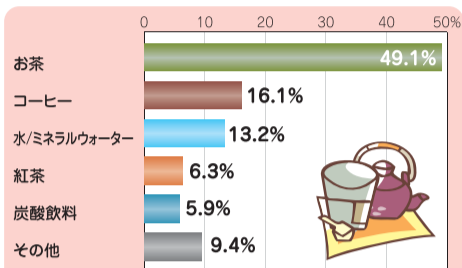
ママ・子供の飲み物に関する実態調査 「ママイコ」+MMD研究所
調査期間:2010年3月17日~2010年3月28日
調査対象:10~40代以上の主婦。有効回答数は863件。
調査方法:モバイルサイト「ママイコ」でのアンケート調査

自分では飲まないママ、しかし子供には牛乳を飲ませている

■子供がよく飲む飲み物



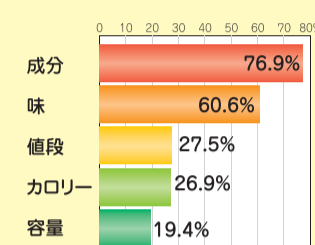
■ママがよく飲む飲み物



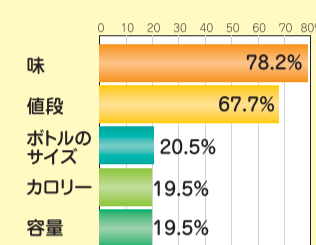
子供にもママにも一緒に飲むお茶が一番人気。一方牛乳は、ママの5位までに入りませんが、子供では第3位。やはり栄養面を考えて、親が子供に習慣的に牛乳を飲ませていることがうかがえます。

子供の飲み物を購入する際に「成分を重視」

■子供、上位5位



■ママ、上位5位



親は自分の飲み物を選ぶ際と違い、子供の飲み物を購入する際に重視する点は「成分」でした。やはり子供の健康を第一に考えていることがうかがえます。

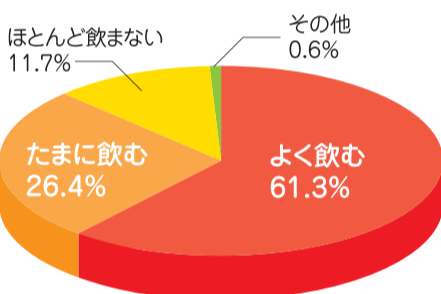
子供に牛乳を飲ませるために、いろいろな工夫をしています!

2歳~小学生までの子供(2人以上いる場合は末子)が居る人に、「子供が家庭で牛乳を飲むか」、また「おいしく飲ませるための工夫をしているか」をたずねました。

ネットリサーチのDIMSDRIVE 第161回公開調査
「牛乳」に関するアンケート インターワイヤード株式会社
調査期間:2007年10月17日~2007年10月25日
調査対象:DIMSDRIVEモニター 7,517人。
調査方法:インターネットを利用した市場調査

子供は牛乳をよく飲み、親は飲ませ方に工夫をしている

■あなたのお子様はご家庭で牛乳を飲みますか?



■牛乳を飲ませるための工夫を教えてください

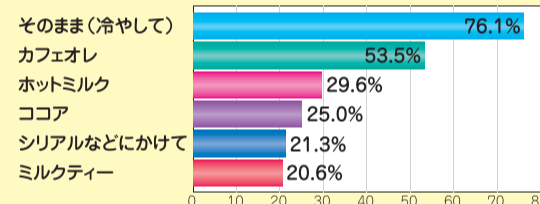
順位	お子様においしく飲ませるための工夫	票
1	ココアにする	157票
2	ホットミルクにする	73票
3	シリアルにかける	69票
4	ミロを混ぜる	65票
5	カフェオレにする	62票
6	ミルクを混ぜる	40票
7	砂糖を入れる	32票
8	フルーチェにする	22票



子供は家庭で牛乳をよく飲んでいるようです。もともと好きで工夫が必要ないという回答も185票ありましたが、それ以上に飲ませるためのいろいろな工夫をしているようです。

親は牛乳を「そのまま」が「カフェオレ」で飲んでいる

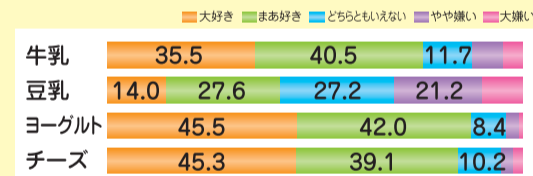
■牛乳をどのようにして飲んでいますか?



そのまま飲む人は多いですが、カフェオレやココアに入れて飲む人も多く、なるべく多く飲もうと考えている人が多いと想像できます。

牛乳の好感度は高い

■牛乳・豆乳・ヨーグルト・チーズの好感度



牛乳の好感度は平均して高く、「大好き」と「まあ好き」を合わせると76.0%にのぼります。

笑顔のそばに
MEGMILK おいしさそのままに



メグパワー

メグミルクは牛乳のおいしさにこだわりました。



不足しがちな
カルシウム(350mg)
を手軽に補えます。

100ml
だから
ゴクゴク飲みきり!
牛乳でおなかが
ゴロゴロする方にも
無理なくおいしく
毎日続けられます!



●MBP®は、雪印乳業(株)の登録商標です。



日本ミルクコミュニティ株式会社

お申し込み
お問い合わせは

0120-758-369 (日・祝祭日除く9:00~17:00)へ

http://www.megmilk.com/takuhai/

お客様からいただきました個人情報は、メグミルクの牛乳販売店と日本ミルクコミュニティ(株)が共有し、お客様へのサービス向上や情報の提供などに使用させていただきます。