

販売拡張方策
検討会事業

IT活用により 宅配機能の高度化実現を

これまで、パソコンの操作・活用技術の習熟に重点を置いて、地域牛乳販売店活性化事業を展開してきましたが、今年度より将来に向けて更にステップアップを目指す観点より、名称も「販売拡張方策検討会事業」として事業の内容も一新して取り組むことになり、事業テーマを

●IT活用による販売拡張方策の検討を通して牛乳販売店の(主として)宅配機能の高度化の実現と定めました。

本テーマに基づく取り組みは二段階で実施する枠組みになっており、まず、中央における検討会を全国の流改協から販売店(原則一名)の参加を得てパネルディスカッション形式で実施した後、中央で検討された内容を主題にした地域での検討会を全国二十の流改協で開催し、テーマの共有化を目指します。平成二十年度地域検討会を実施する流改協は下記の通りです。

平成二十年度地域検討会	実施地域		
北海道*	千葉	静岡	広島
岩手	東京	滋賀	香川
宮城	神奈川	京都	福岡
茨城	石川	大阪	長崎
群馬	愛知	鳥取	

*北海道のみ2地域実施

販売拡張方策
推進会議

経営の合理化とコミュニケーションを 助けるテクノロジー

牛乳販売店のためのIT活用による 販売拡張対策推進会議



右記の事業計画に基づいた中央検討会が、平成20年10月14日(火)、東京・御茶ノ水の東京ガーデンパレスにて開催されました。「牛乳販売店のためのIT活用による販売拡張対策推進会議」と題された本会議には、全国流改協の代表者各一名が出席し、農林水産省、農畜産業振興機構、Jミルク及び乳業メーカー各社から来賓としてご

来場いただきました。会議前半では、中小企業診断士の佐藤卓先生に牛乳販売店の特質とITの関係についての基調講演をいただき、休憩を挟んで後半には、効率的なIT活用を実践している販売店3店舗の事例発表が行われました。発表の内容は下記の通りです。また、最後のパネルディスカッションでは、参加者から現場に即した

具体的な質問が次々と寄せられ、販売店同士で意見交換が行われるなど、近代的なITシステム導入に対する関心の高さがうかがえました。

IT活用による拡張方策の検討 と牛乳販売店の宅配機能高度化 について



中小企業診断士 佐藤卓先生

昨今、情報
のデジタル化
が急速に進め
られていきます。

そのような環境の変化を踏まえて、各販売店さんがこれからITをどのように取り入れていけば良いか、本日は皆さんと一緒に勉強していけたらと思っております。

(以下、講演内容より抜粋)

●お客さまとのコミュニケーション

ITの活用を検討する前に、牛乳販売店として心がけたいコミュニケーションの方法はたくさんあります。ITは必ずしも経営の合理化に役立つというわけではありませぬ。配達員の手書きのメモやオリジナル情報誌の発行などで、コミュニケーションを深めた上で店舗ごとに取捨選択するのが良いでしょう。

●店舗ごとのホームページの開設

契約前のお客様が各牛乳宅配店のホームページで基本的な情報が得られれば、まずは信頼につながります。店舗のホームページには、取扱商品の説明や、宅配牛乳の良いところを掲載し、顧客からの申

込や変更の受付等を行えるようにしてはいかがでしょうか。

●顧客管理システム

お客様の一人ひとりに合わせたきめ細かい対応ができれば、客単価の増加や、宅配利用の継続につながります。各店舗に合った顧客管理システムを導入して、日常の宅配業務の中で気が付いたことを登録すれば、効果的な販売促進活動を実施できます。

●統合性と簡素化!

ITの活用と経費削減
有限会社西厚木明治牛乳卸売店
代表取締役 三橋文男氏



●宅配管理システム
宅配管理には、乳製品販売

専用用のコンピュータシステムであるオシカワシステムを導入し、不良在庫の減少や商品管理の簡素化、事務作業の合理化を図っています。

●宅配の集金方法へのIT導入

現在、集金方法に追加として「E d y」を導入しています。(E d y: プリペイド式電子マネー。E d yカードまたはE d y設定済の携帯電話を専用端末にタッチすることで支払いが完了するシステム)

今後はE d y活用による経費の削減と、会社全体のシステム統合を進め、10年20年後にも対応できる強い土台作りを目指しています。

企業の特長を活かして 顧客密度アップ

株式会社ケイ・フロント・サービス
代表取締役 前田かおり氏



当社の特長として、左記の2点が挙げられます。

●コールセンターを最大限利用

コールセンターを中心に置いた運営により、新規顧客の開拓や受注・販売を効率的に行っています。コールセンターでお客様と密着度を高めることにより、落本率を抑えることに成功しています。

●スタッフが辞めない

採用時には妥協せず選り、福利厚生を充実させることで、優秀な人材を確保しています。福利厚生の例として、施設保育所の設置、年一回の健康診断の実施などを行っています。

今後は、「eラーニング」導入で研修コストを削減し、コールセンターによる安否通知サービス等のシステムを確立しながら、顧客密度をますます高めていきたいと考えています。

コミュニケーションツールとしてのIT活用

有限会社健康宅配ライフアップ
代表取締役 香月崇宏氏



当社では主に従業員間やお客様とのコミュニケーションとしてITを活用しています。

●社内のコミュニケーションツールとして

インスタントメッセージャーや携帯メールを利用することで、社員間の連絡のタイムラグを減らし、書類のやり取りや指示・報告等がスムーズに行えるようになりました。また、ビデオチャット等を利用し電子会議を行うことで多人数での意思疎通を図っています。

●お客様とのコミュニケーションツールとして

お客様のご意見受付用として、社長直通の携帯メールアドレスをお客様に告知することで、社長自ら顧客の声を聞き、お客様と会社にフィードバックできるようにしました。

まずは自然にITを活用できる社内環境を整備していますが、今後はお客様へもITを浸透させて、ひいては売上アップにつなげていきたいと考えています。



販売マニュアル

今年度のテーマ 「牛乳販売店のための人材活用」

牛乳販売店 調査・検討・拡張マニュアルの作成事業

変化する消費者ニーズに対応できる牛乳販売店を目指し、さらなる宅配拡張策を講じるための拡張マニュアルを作成してきた本事業も、今年で4年目を迎えます。初年度は「落本防止」、2年目が「経営管理」、3年目は「IT活用」をテーマとして展開してきました。今年度のテーマについては、去る8月7日に、農林水産省・農畜産

業振興機構・Jミルク・乳業メーカー・経営専門家・全改協役員にて課題検討会を開催し、「牛乳販売店のための人材活用」と決定しました。そして今年度については、より実態に合ったマニュアルを作成するために牛乳販売店にアンケート調査を行い、この経営実態調査の分析結果をもとに、後継者問題などの経営の悩みを解消できる方

策を検討する予定です。マニュアル作成には、優良事例発表会の審査委員もつとめられる中小企業診断士の佐藤卓先生、青沼泰彦先生、石川明湖先生のご協力を得て、優良事例店への訪問調査なども踏まえて本事業に取り組みます。

来年3月には、都道府県流改協をはじめ関係先に配布の予定です。

後継者育成

後継者の 安定的確保のために

後継者育成研修会事業

「後継者」の確保・育成は、個々の販売店経営の活性化に留まらず、業界の拡大に大きく係わり合いを持つ要素です。後継者を安定的・継続的に確保するうえで、現役経営者とその後継世代が事の重要性を共有し、販売店経営の魅力開発に繋げることはますます重要と考え、主として地域におけるリーダー的存在にして意欲ある販売店経営者等を対象に、本年度も全国10ヶ所の

流改協が後継者育成研修会に鋭意取り組むことになりました。本年度のカリキュラム・ガイドラインとしては、後継者育成に係わる諸課題を材料に、各地域事情を加味し、その解決のための手段・方法を探り出す作業の中に、リーダーの条件やリーダーシップの開発の視点を加えて研修を展開します。

開催スケジュール

北海道	11月1日・2日
秋田	11月15日・16日
栃木	(日程調整中)
福井	9月13日・14日
岐阜	11月8日・9日
愛知	10月25日・26日
大阪	1月22日・23日(予定)
奈良	10月5日・6日
広島	12月6日・7日
宮崎	12月13日・14日

また、日常の営業活動の支援を目的に、地域の「食育」伝道者としての役割意識の醸成に資する内容も新たに加えます。

本事業に取り組み流改協ならびに開催スケジュールは(一部予定を含む)は左記の通りです。

ブロック会議

組織力強化に向けて 全改協ブロック会議事業

平成20年度も全改協固有事業の一環として全国9ブロックに対して、当該予算を交付しました。

本事業は、組織の強化とベクトルの共有化、および所属ブロック内の意思の疎通を支援することを目的としており、ブロック会議は全県対応事業等の趣旨徹底を図る絶好の

機会となりますので、各ブロックにおかれてはその効率的活用、早期開催を目指していただければと考えています。今後は全改協としましても、各ブロック組織強化等さらなる活性化を目指し、体制を整備して参ります。

本年度開催状況
(9月30日現在)

【通常分】	
北海道	8月23日
東北	未定
関東甲信越	未定
北陸	未定
東海	8月5日
近畿	7月14日
中国	未定
四国	未定
九州	未定

【臨時分】	
北海道	4月20日
関東甲信越	4月19日
近畿	4月18日
九州	4月17日

※本年度は全改協役員改選を控えていた関係で、地域によっては年度当初に臨時のブロック会議も開催されました。

優良事例

素晴らしい発表を お待ちしております

牛乳販売店優良事例発表会事業

都道府県流改協での審査を終え、いよいよブロック代表が決まる時期です。東京で開催される中央発表会では、全国9ブロックから選出された最優秀店が、優れた販売技術や経営方針、独創的なノウハウを発表します。ここ数年飲用牛乳の消費動向は大変厳しい状況ですが、このような市場環境の中でも努力の末優秀な成績を上げているお店があります。その実績を表彰することで全国の牛乳販売店の励

みになること考えます。来年度の中央発表会での発表内容は、例年通り「牛乳販売店優良事例集」として編纂しますので、販売店の皆様にはぜひ参考にしていただき、飲用牛乳の消費拡大に役立たせていただくことを期待しております。

中央発表会

開催日時 平成21年1月27日(火)

午後1時30分

開催場所 東京カインテラス(御茶ノ水)

健康って、おいしい。



シェアNo.1! 明治の宅配サービス

飲む。歩く。 飲む。走る。

毎日軽快。おいしく飲める
新・グルコサミン習慣。

グルコサミン1500mg

グルコサミンは糖とアミノ酸が結合してできたアミノ糖です。軟骨や爪、皮膚など体中に分布しており、関節などの軟骨を作るために不可欠な成分です。

味わい

甘みと酸味のベストバランスを追求し、おいしく仕上げました。



グルコサミン
1500mg
コラーゲン
300mg
ビタミンC
80mg

明治 軽快
グルコサミン
新発売
乳飲料 100ml

ご覧の商品の他にも、健康とおいしさ考えた
さまざまな商品をご用意しています。



※一部お届けしていない地域もあります。

毎日一本
良い習慣

明治の宅配サービス

お問い合わせ・お申し込みは、お近くの明治乳業
特約店もしくはフリーダイヤルへ。

0120-035-369

受付時間/月～金曜日9:00～17:00
●土日・祝日は休業です。

自然のちからを、未来のチカラへ。

Jミルクより

牛乳の正しい知識の普及のために

日本酪農科学会主催の「牛乳市民講座」が、今年も九月から十二月にかけて全国9都市で開催中です。日本酪農乳業協会(Jミルク)は、一般消費者に牛乳の良さを再認識してもらう広報活動として「牛乳市民講座」を全面的に支援しています。

牛乳市民講座

開催予定地



「牛乳市民講座」は、食品としての牛乳の安全性や効用・役立つ知識について、科学的な根拠をもとにやさしく解説する無料講座です。牛乳および乳製品の正しい情報を発信することを目的として昨年より始めました。プログラムは第1部の基調講演と第2部のパネルディスカッションからなり、第1部では地元大学の牛乳の専門家(日本酪農科学会の先生)が、牛乳の基本的な成分やその機能について語ります。第2部では、第一部で講演をいただいた先生と、医師、栄養士によるパネルディスカッションが行われ、健康な食生活

活のために牛乳を意識的に摂取することの大切さなどについて意見が交わされます。

開催案内・参加者の募集は、Jミルクのホームページ、開催地の地方新聞、チラシなどにより行い、参加希望者には開催事務局へお申込みいただくよう告知しています。各会場の講演者・パネリスト等の詳細はJミルクのホームページをご覧ください。

お問い合わせはこちら

(社)日本酪農乳業協会
普及グループ 担当:手塚
電話 03-6226-6352
FAX 03-6226-6354



最新情報

牛乳乳製品の需給動向

(農林水産省「最近の牛乳乳製品をめぐる情勢について」より)

農林水産省から牛乳の生産・消費動向についての最新資料が平成20年10月付で公開されました。今回は本資料より、販売店の皆様のマーケティング活動に役立つデータを抜粋してお届けします。

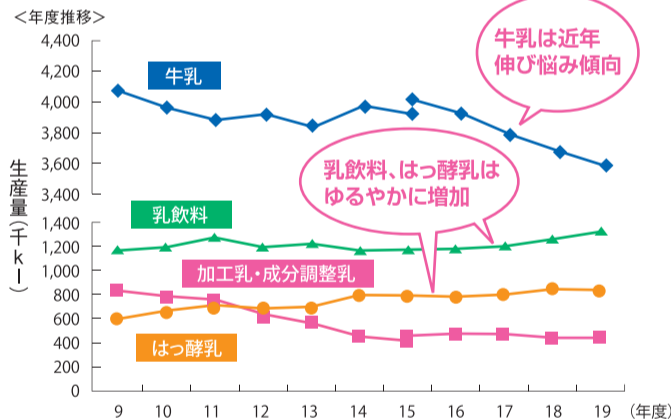
総合分析 (20年度上半期)

前年度に引き続き、牛乳等の生産量・消費量ともに伸び悩み傾向が見られます。牛乳等の内訳を見ると、乳飲料・はっ酵乳の消費量が近年増加しています。また、チーズ・生クリーム等乳製品の消費量は引き続き増加傾向で推移しており、消費者の食生活の変化・ニーズの多様化の影響がうかがえます。



生産動向

牛乳等の生産は、乳飲料やはっ酵乳が比較的好調に推移しているものの、大きなウェイトを占める飲用牛乳等(牛乳、加工乳・成分調整牛乳)の生産が減少傾向にあることから、生産量全体では伸び悩みの傾向にあります。20年度(4~8月)においては、19年度に引き続き飲用牛乳等の消費は伸びず、前年度同期と比較して牛乳・加工乳は減少しています。一方、成分調整牛乳はゆるやかに増加しています。



資料:農林水産省「牛乳乳製品統計」

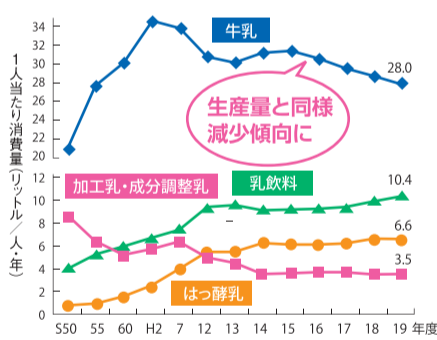
注:牛乳、加工乳・成分調整牛乳は、15年度以降新しい調査定義に基づいており、14年度以前の数値とは接続しない。(15年度は新定義、旧定義それぞれの牛乳生産量、加工乳・成分調整牛乳生産量。)

消費動向

■牛乳等

牛乳等の1人1年当たり消費量については、牛乳及び加工乳・成分調整牛乳は15年度以降減少傾向で推移しています。乳飲料及びはっ酵乳は、乳飲料が増加した一方、はっ酵乳はほぼ横ばいとなっています。牛乳等に占める牛乳の割合が大きいことから、牛乳等の全体の消費は減少傾向にあります。

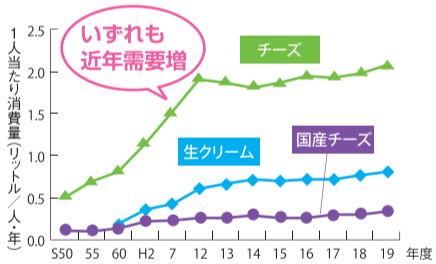
◆牛乳等の1人1年当たり消費量



■乳製品その他

需要の伸びが期待できるチーズ、生クリームの1人1年当たり消費量については、近年増加傾向で推移しています。19年度、プロセスチーズについては国際相場の高騰等から価格が値上げされたため消費量がわずかに減少し、一方で、ナチュラルチーズは食の多様化の進展を背景として消費量が増えたことにより、チーズ全体としては増加しています。うち国産チーズも堅調に推移し、生クリームについては高級洋菓子店の需要増等により増加しています。

◆チーズ、生クリームの1人1年当たり消費量の推移



笑顔のそばに

MEGMILK

「N-アセチルグルコサミン」

乳飲料はメグミルクだけ!

グルコサミンパワー

100ml

飲みやすいヨーグルト風味

宅配だからおいしく継続できる



日本ミルクコミュニティ株式会社 www.megmilk.com/takuhai/ ☎0120-758-369 (9:00~17:00日・祝除く)