

平成24年度事業

「県央地域 経営診断事業」

診断事例③

山口商工会議所では、平成24年度小規模事業者を対象に個別経営診断事業を実施しました。

昨年経営診断した事業所の中で、掲載の承諾をいただいた事業所を平成25年5月号よりシリーズで紹介します。

金光酒造(株)

山口市嘉川5031

TEL 083-989-2020

駐車場 10台

店休日 日曜日

営業時間 9時～17時

<http://www.santouka.com/index.html>



【事業所概要】

当社では、伝統の手造りの技術を続けながら地元山口の人々に末永く、安心して、おいしく飲んでいただける酒造りをしている本当の山口の地酒です。磨かれた技、酒造りへの執念、徹底したこだわり、熟練の技が醸し出す伝統の味をぜひご堪能ください。展示コーナーがあり、見学・試飲が可能です。ご予約の上、どうぞお越し下さい。(日曜、祝日は要お問い合わせ)

山頭火は、明治39年(25才)から大正5年まで11年間、種田正一(本名)の名義で酒造業を営んだことがあります。これが、現在の当社の防府工場跡となっています。2003年、2004年、2006年「全国新酒鑑評会」で、金光酒造の「山頭火」が金賞を受賞。

新しい酒米「西都の雫」で磨き上げた純米吟醸酒「山行水行(さんこうすいこう)」も好評です。



★事業者の悩み・指導希望内容

- ①地元重視の販売強化
- ②製品ラインアップの整理と主力商品の育成

★改善指導について

1. チャレンジ(もしくは経営改善計画立案)内容

①地元酒販店への訪問営業の実施

当社の営業体制を改善するため、今回は山口市、防府市の酒販店に対する訪問営業(実態調査)からはじめる。会社の営業体制強化のために、営業訪問計画、営業報告書の作成、顧客基本台帳の作成等に取り組む必要がある。

②製品別ABC分析の実施

製品ラインナップを検討する際、まず取り組むべきは、製品別売上高の把握である。まずは、前年度の製品別売上集計からはじめ、ABC分析などの手法により、重点商品、準重点商品、見直し商品を区分し、今後の製品計画を検討することが重要である。さらに余裕があれば、経年での推移の分析、販路との組み合わせによる利益貢献度分析なども実施することが望ましい。

2. チャレンジ(もしくは経営改善立案協議)結果と分析

①地元酒販店への訪問営業の実施

社長自ら、山口・防府地区の酒類小売業を訪問したことで、訪問営業の重要性、販路開拓の必要性を認識したとのこと。今後は、年間の製造・販売スケジュール、社員一人一人の行動計画の作成や営業報告書、業務報告書の導入に取り組むとのことであり、業務プロセスの改善を期待したい。

②製品別ABC分析の実施

平成24年1月から7月までの伝票を整理し、アイテムごとの売上高の洗い出しが行われた。今後は集計を行い、製造品目の整理に取り組むとのこと。主力製品に注力することで、山頭火ブランドの認知度向上と生産性の向上が図られることを期待したい。

★受講を終えて(受講者の感想)

以前から商工会議所に色々な相談をしていました。今回も経営診断事業を活用させていただきました。

ここ数年は、売上増加のため「商品力」の強化と首都圏への販路開拓に取り組んできました。しかしながら、思うほどの効果が得られていません。

経営診断で、原コーディネーターより、山口市近郊の既存取引先である販売店・個人客の顧客管理と、新たな取引先の新規開拓の営業力・提案力の強化のための取組みなど、基本的な戦略を固めていく点の改善指導を頂きました。

今後は、今回の指導を活かすべく、従業員とともに定例の会議や営業体制を新たにつくりあげていきたいと考えています。

★コーディネーターより

当社は、旧山口市で唯一の清酒メーカーですが、地元での認知度は県内他メーカーに劣るところがあります。経営を安定させるためには、まずは今回取り組まれたように地元固めが重要です。地元の酒販店、スーパー、コンビニ、ドラッグストアなどの取引、取り扱いを増やすことに取り組んでください。その上で、首都圏攻勢となります。営業は地道な活動ですが、努力は必ず結果に出ます。全社一丸となった経営改善の活動により、飛躍されることを期待しております。