

有限会社山口乳販 -森永牛乳 吹田ミルクセンター-

大阪府吹田市



店舗概要

創業年 1954年(昭和29年)
総面積 703.0㎡(213.0坪)
従業員 5.3人
営業時間 2:00~18:00
定休日 日曜日

商品構成

・ヨーグルト	39.7%
・牛乳	38.0%
・飲料	9.3%
・その他	13.0%

経営方針

- ・地域密着をモットーに、お客様へ健康とおいしさをおとどけることに心がけています。
- ・営業では、個々のお客様一人一人としっかり向き合い、お客様に適した商品を提案している。
- ・どこよりもサービスレベルが高い配達をしたい。
- ・お客様の事情に合わせ、早朝・午前・午後の配達コースを設定している。

お客様に健康と安心を届ける地域密着の宅配

[経営危機を乗り越えたスリム化対策]

昭和29年、JR京都線吹田駅北口に先代が脱サラをして創業。平成10年に法人化し、現在の有限会社山口乳販を設立した。会社設立時は積極的に多店舗展開を図り、大阪北部からスタートし、大阪府全域だけでなく奈良県まで進出した。最大で本支店合わせて9店舗（吹田本店、摂津店、淀川店、箕面店、寝屋川店、大東店、生駒店、法隆寺店、茨木店）、全社で顧客7千軒超、営業担当者70人体制まで事業を拡大させた。しかし、大幅に多店舗化・エリア拡大を図ったことにより、各店の管理が不十分になり、徐々に組織としての統制が取れなくなった。そこで、2010年頃からは一転して縮小路線に変更。店長に譲渡して独立を促したパターン（寝屋川店、大東店等）、他社に無償で提供したパターン（生駒店、法隆寺店）、店舗を閉鎖して本店に吸収したパターン（箕面店、淀川店等）の3つのパターンによりスリム化を図り、大幅に経営改革を行った。令和元年には、すべての支店の整理が完了し、現状では吹田本店1店舗の運営体制となっている。

[オリジナル商品と独自チラシで受注拡大]

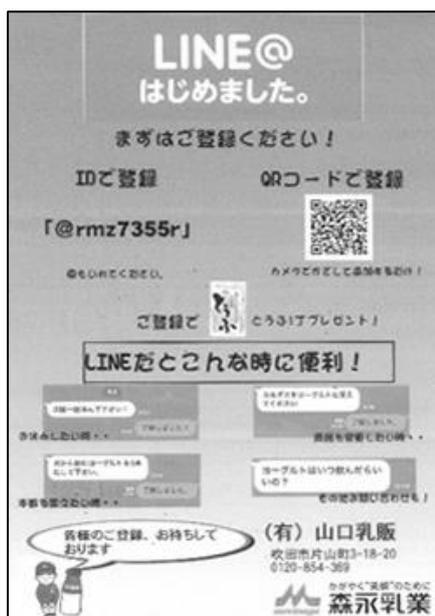
牛乳・乳製品の効果効能に関して、当店が独自にチラシを制作し、定期的にお客様全軒に配布している。チラシにはお試しチケットをつけ、新たな商品の契約獲得や単価UP等につなげている。チラシ商品を既に契約中のお客様に対しては、改めて商品の効果効能を確認してもらうきっかけとしている。牛乳・乳製品だけでなく他店では手には入りにくい商品を探し、独自に手づくりチラシを作り、配布している。丹波篠山の知人農家から黒枝豆を直接仕入れ、これを手づくりのチラシにて販売した。この黒枝豆に関しては、自分たちも農場に足を運び、作業のお手伝いにも携わった。お米や農産物は近隣農家から、地方の名産品等は取引メーカーから直接仕入れ品揃えを強化している。お客様との密着が難しくなっている昨今、こうした小規模だからできる独自商品、他社では真似できないような独自商品を自ら見つけ、販売することによりお客様への付加価値向上に繋がっている。

[お客様の信頼を深めた『LINE@』と救急医療情報セット]

配達中、お客様の最期に遭遇した経験があった。一人暮らしの高齢者で、ある日受け箱に商品が残っていたことから、自治会長にその旨伝えた。しかし、その1週間後に死後3日経過した状態で発見された。「発見した1週間前に自分が違う行動を取っていたら、助かったのではないかな……」この出来事を悔やんだ代表者は、吹田市に対して自分たちが高齢者支援にもっと協力できる方法はないかと申し入れた。吹田市と共に「救急医療情報キット」を開発・作成。当店もこの普及活動をお手伝いしている。これを機に「見守り事業」もスタート。40～50軒のお客様について見守りを行っている。

LINE アカウントを会社で取得、LINE@使ってお客様とのコミュニケーションを図っている。サービス開始後、半年間で200軒超（全1,300軒中）の登録者があり、現在も毎日5～10件程度、登録者からのメッセージが届いている。お客様は急な本数の変更やお休み、質問などを簡単に送ることができ、店舗とリアルタイムでやり取りできる。店舗側にとっては負担になる部分もあるが、お客様には利便性を実感してもらっており、登録者の解約は極端に低い状況となっている。

「LINE@」を使ってお客様とのコミュニケーション



吹田市と共同開発した「救急医療情報キット」