

フーズスブリッジ株式会社

愛知県岡崎市

<http://www.milk-network.com/index.php?id=11>



店舗概要

創業年 1978年(昭和53年)
売場面積 89m²(27坪)
従業員 18.5名
営業時間 9:00~17:00
定休日 日曜日
売上高 288,452(千円)

商品構成

牛乳 26.0%
乳飲料 19.9%
果汁・野菜飲料等 9.4%
発酵乳 11.0%
デザート・クリーム 2.3%
業務用商品(生クリーム等) 1.3%
食品その他 7.6%

経営方針

品質にこだわった健康に役立つ商品をお届けし、存在感のある牛乳販売店を目指す。
社員、従業員が生活基盤をなせる、また会社の存在価値を増す為の売上げ収益にこだわる。
常に感謝の気持ちを忘れず、地域に愛される会社を目指す。

牛乳宅配事業を有効活用し、 牛乳以外の食品の提供や高齢者の見守りも行う

[品質へのこだわりと地域で存在感のある牛乳販売店を目指す]

当店は、愛知県岡崎市の本店(額田店)と2つの支店(岡崎店、豊橋店)、更に他の販売店から引き継いだ店(中継基地的な役割)2か所の合計5店から成り立っている。経営方針の一つが「品質にこだわった健康に役立つ商品をお届けし、存在感のある牛乳販売店を目指す」ということで、品質確保のため、冷蔵冷凍庫、冷蔵車などの設備を充実させている。具体的には、本店冷蔵庫2坪、冷凍庫1坪など各支店に冷凍冷蔵庫を完備し、また冷蔵車7台を保有している。これによりチルド配送



日本経済新聞社社長賞 —牛乳—

し、蓄冷剤を効率良く配置することで、顧客が手に取るまで冷えているように工夫している。地元商工会に加盟しているつながりから、「たまご」「ハム」「味噌」など地元で生産販売している業者とタイアップして独自チラシを作成し、配達時に配布している。「牛乳宅配事業」を有効活用し、牛乳以外の食品もお客様に提供できる体制を確立し、利便性の向上に努めている。

当店の顧客は中高年層が主体であり、高齢者のお客様も多いことから、以前から配達時に一声掛けたり、足が不自由なお客様には冷蔵庫まで直接納品を行うというような配慮をしている。平成25年度から始まった岡崎市の高齢者見守り支援事業者の認定を受け、独居老人への見守り事業に取り組み、認知症サポーター養成講座も受講している。契約顧客への配達時に新聞や牛乳が取り込まれておらずおかしいと感じて岡崎警察署に通報し、人命救助で表彰を受けたこともあるという。



[店舗設備や販路拡大への工夫]

平成24年に本店を新築し、手狭で不便だった事務所を一新、駐車場も広くした。チラシや商品置き場が広がり作業効率が向上した。また、女性従業員が多いため、トイレに気を使って新築し事務スペースを広く取るなど環境整備することにより、従業員の意欲向上や社内体制の強化につながる。冷蔵車には、ドライブレコーダーとバックモニターを付けて事故防止に役立てているほか、アルコールチェッカーによる運行管理や温度センサーを使った温度管理も実施している。本支店間をVPN(社内LAN)でつなぎ、「市乳くん」という牛乳宅配ソフトを使ってサーバーにて一元管理、各店に無線LANを設置してファックスの通信費をゼロにし、データ管理を一括で行うことにより事務作業の軽減と人員コストの削減に寄与している。本社にてすべての事務作業が完結できるため、トップからの指示徹底が図りやすくなり、また支店に入る電話を本社に転送されるように設定しており、事務の集中化を図っている。



宅配は、牛乳だけでなく「グルコサミン入り飲料」や「アスタキサンチン入り飲料」など話題性のある宅配専用商品が主力となっており、スーパーにはない特色のある品揃えをしている。また、宅配契約者に対し、スーパーで売られている紙パック牛乳やヨーグルトなどを特売価格で販売し、顧客維持に努めている。

顧客に対し「デイリーメーグ通信」という情報誌を隔月で発行し、アンケート欄を設けることで顧客の意見・感想を求め、その内容を社内掲示板に張り出し従業員に公開している。既存顧客へは無料クーポン券をオリジナルカレンダーに組み込んで落本(契約破棄)防止に役立てている。また、新規顧客向けには6ヶ月ご試飲チケットを

日本経済新聞社社長賞 —牛乳—

活用し、毎月にアイテムを変えて2本をお試し商品として提供している。湯上りセットという名称で月に1回チラシを作り瓶商品の詰め合わせ販売をしており、好評である。

営業エリアはむやみに拡げず、宅配以外のエリア内の業種(学童保育所、ケーキ屋、パスタ屋など)への新規開拓活動を積極的に行い、販路拡大に努めている。

[従業員教育やコミュニケーションの確保]

社員とのコミュニケーションを図るため、バーベキューや忘年会を行い、本支店間交流を実施。その際、配達員、事務員、営業、テレアポの各部門で活躍している方に年度表彰(成績、皆勤、永年勤続など)を実施している。また、本店から各支店長、従業員と情報共有できるよう、事務員から一斉メールを送信している。テレアポ、営業では、ロールプレイングや商品知識を学ぶために簡易なテストを実施するとともに、新商品などの勉強会や試飲を通じて商品知識を深めている。

子供を持つ女性が多く働いていることもあり、シフトは臨機応変で急な休みにも対応できるようにしている。(メイン担当、サブ担当を作り、複数人でバックアップできる環境づくりを心掛けていること。)

更に、現金集金のほか、コンビニ決済、銀行引き落とし、ペイパル(スマホによる簡易カード決済システム)等も導入し、顧客ニーズに対応できる体制作りをしている。

【店舗立地】

本店店舗は、愛知県岡崎市の南東部、山間地域に立地、最寄駅は名鉄線「本宿」駅で、同駅から北東約5.6kmの距離に位置している。本支店でおおむね岡崎市及び豊橋市のエリアを宅配カバーエリアとしている。

宅配牛乳店の競合状況は厳しく、従来の他社宅配牛乳販売店に加えてスーパー、コンビニ、生協などが続々と宅配分野に参入している。客層は、本支店とともに50歳以上が全体の80%を占めており、高齢者も多い。

【店舗実績】

経営者は、平成8年に大学を卒業後、地元信用金庫に入社。平成12年にカナダに語学留学、平成14年に岡崎市内で宅配専門牛乳販売店を開業し、平成22年に法人化、代表取締役になり現在に至っている。経営者の実家が豊橋市で牛乳販売店を営んでいたため、牛乳販売業に親しみがあり、本店所在地が岡崎市と豊橋市の中間で牛乳宅配業の空白地であったことから成功の確信をもって開業したとのこと。



↑代表取締役 鈴木剛英さん