

<別紙3>中小企業アドバイザー（高度化事業支援）派遣報告書
（様式第5）[アドバイザー→中小機構]

受付番号

年 月 日

独立行政法人中小企業基盤整備機構
経営診断統括室 参事 あて

アドバイザー名 機構 次郎

中小企業アドバイザー（高度化事業支援） 派遣業務報告書

（ ）月のアドバイス実績について、下記のとおり報告いたします。
※枠内で書ききれない場合は適宜枠を広げてご記入ください

記

1. 派遣先

派遣先名	ブルーストア事業協同組合
(9)月の協力実施日	(10日) () () () () () () () () () () () () () () ()

※1：半日（4時間）のアドバイスについては、0.5と記入してください。

※2：高度化事業に係るアドバイスにあつては、本報告書を經由都道府県に開示することがあります。

2. 支援先の現状と問題点（支援2回目以降は、重要な状況変化などについて記載してください。）

①売場面積の30%を占める精肉店の復活以外に、完済までのストーリーは描けない状況にある。
②SC全体の販促は、毎月20日に周辺住宅にポスティングをしているのみ。チラシの内容も新規顧客が関心を示すデザイン・内容とは言えない。
③徒歩圏内に大型の競合店があるが、野菜・肉は当SC店舗の方が良い品を置いている。
④精肉店の卸部門は利益を出しており、改装資金は地元金融機関からの調達が可能とのこと。ただし、投資回収可能性については慎重に検討する必要がある。
⑤施設の老朽化は致し方ないが、店頭・駐車場・店内の清掃レベルが食料品を扱う店舗のレベルではなく、飲食スペースをオープンする状況にない。

3. 前回アドバイス時以降の成果（アドバイス先に2回目以降に入った場合にご記入ください。）

前回の支援項目(※)	実際の成果	成果達成・未達の要因
①2S活動の促進	・組合と合意した20項目の採点基準にもとづく評価の改善(25点→45点) ・2S推進委員会が中心となり活動を進める体制が徐々にではあるが形成されつつある。	若手組合員の取り組みにより改善は進んでいるが、組合員間で取り組み姿勢にバラつきが大きい。
②夏季イベントの企画支援	売上・客数とも昨対比100を超えた。	販促委員会メンバーが大幅に入れ替わり、若手メンバーが積極的に参加した。

※「前回の支援項目」は、前回報告書『4. 支援要請内容・目標と支援項目』の「今回の支援項目」に記載した内容をそのまま①～④に記入し、今回の派遣で確認した「実際の成果」「成果達成・未達の要因」を記入してください。

4. 支援要請内容・目標と支援項目

支援要請内容と目標（第1回支援時に記載） （※1）	今回の支援項目	今回の支援項目実施により期待される成果（※2）
（1）組合販促強化による来店客数の増加 （支援期間内の目標：客数減少抑制 昨対比 95%） ※ここ数年 8～10%の減少を抑制することを目標とする。	①2Sの実施状況の評価と実施促進支援	店前・店内の環境改善 （「清掃」の項目で 50 点以上）
	②夏季販促の成果確認・問題点抽出、秋季販促対策の立案支援	10月の来店客数の増加 （昨対比 100%）
（2）精肉店飲食スペース開設のための計画策定 （支援期間内の目標：改装計画の完成）	③精肉店の部門別損益の作成支援 （卸売/小売/惣菜/飲食）	昨年度の部門別損益の策定
	④	

※1（支援期間内の目標）は、今年度の派遣を通じて達成する目標を必ず記入してください。

※2「今回の支援項目実施により期待される成果」については、アドバイスにより次回派遣の際までに達成される成果・成果物（目標）を記入してください。記入した成果を次回派遣時に確認する内容になりますので、具体的な内容としてください。

5. 支援項目ごとの具体的な支援内容

上記4記載の今回の支援項目①「2Sの実施状況の評価と実施促進支援」
<p>販促以前にクリンネスのレベルが食材を扱う店舗のレベルに達していないため、5月の支援開始時から取り組みを開始。3か月経過し、改善はしているがまだ不十分。組合と合意した20項目の採点基準を用いて5月、7月、9月と評価を実施しており、総合評点は5月時店の13点/100点から9月時点は45点まで改善している。</p> <p>①改善が進まない店舗対策 毎日開店前、閉店後に15分ずつ、定休日前に1時間の店舗ごとの清掃時間を設けて実施するようにした。全体としては40年以上の習慣は容易に改善しない状況。ただし、30・40歳代の社長がいる店舗は改善が進んでおり、什器の入れ替えなどハード整備を開始した店舗もある。社長が高齢な店舗については、組合によるサポートを開始した。</p> <p>②共同利用部分のクリンネス推進 毎週水曜日の開店前に各店舗から1名ずつの参加で、駐車場、店前、店内の清掃を実施している。「ひどい」状況からは脱していることは目に見えてわかるようになっているが、まだまだ食料品を扱う店舗のレベルには届いていない。店内床の塗装の塗り直しなど、経費をかけた環境整備についての意見もでてきており、2S推進の意識は継続されている。なお、経費をかけるのは総合評価が60点を超えてから実施するよう助言している。</p> <p>③具体的な目標設定 開始後6月を経過した12月特売時に景品付きでアンケート調査を行い、清掃の項目で90%以上の最高得点を目指すことを組合内で合意。個店ごとのバラつきがあるなど課題も多いが、継続的な改善が期待できる。</p>
上記4記載の今回の支援項目②「夏季販促の成果確認・問題点抽出、秋季販促対策の立案支援」
<p>①組合販促委員会で取りまとめた8月の販促イベントの成果を確認 密集する住宅街の中にある当SCの駐車場を利用した子供向けプールの設置やバーベキュースペースの設置などを地元自治会と協力して実施するという、例年になく大規模(?)な取り組みを行った。 結果として、最も落ち込みの激しい8月の売上・客数が昨対比101%とプラスに転じた。ピーク時の売上の40%となっていることを考えると小さな成果ではあるが、小回りの利く超地元密着店舗ならではの取り組みであり、秋以降の取り組みも支援していく。</p> <p>②秋以降の取り組み 夏のイベントで今までにない頑張りを見せ、昨対比100を超えの結果を残せたことで、販促メンバー全体として燃え尽きた感が出てきてしまっている。 秋口から年末にかけては売上が伸びる時期であることを例年の売上推移などを使って確認し、自治会の子供たちからの礼状を回し読むなどしてモチベーションを高めつつ、金をかけずに手間をかける継続的・積極的な販促事業の展開を確認し、10月からの販促計画を検討。秋の販促は企画案を作成し、来週から準備を開始することとした。</p>

- ・店舗ごとに季節感のある売り商品を選定
- ・精肉店、野菜店の連携したセット商品の準備（秋：バーベキュー・冬：鍋物）
- ・駐車場解放イベントの開催（秋：バーベキュー）

上記 4 記載の今回の支援項目③「精肉店の部門別損益の作成支援」

夏季の販促により、8 月単月の赤字幅は大幅に縮小しており、例年売上が増加する秋・冬の展開次第では、通年の赤字も大幅に縮小できる見込み。

当店は、店売以外に業務卸を行っており、売上比は店売 4：卸売 6 で、ここ 10 年で比率は変わらず、全体的に売上は低下している。損失計上の要因は全社的な売上低下に加え、惣菜部門の落ち込みが大きいことによると考えられる。ピーク時は店売（小売部門と惣菜部門の合計）の 40%近くを占めていた売上構成比率は、20%程度まで低下している。

精肉店での飲食スペース開設の検討にあたり、直近 3 年の卸売・小売（惣菜を除く）・惣菜の 3 部門の部門別損益を作成し、上記のような状況を数字で検証した、次回は飲食部門を含めた部門別損益計画を作成し、投資回収可能性を検討することとし、まず、決算データの 3 部門への分類を行った。

【3 部門の部門別損益計算書総括表＜令和 2 年度＞】（詳細は「資料」1 参照）

（単位）千円

	卸売部門		小売部門（惣菜を除く）		惣菜部門		全社
売上	52,520	55.6%	33,333	35.3%	8,666	9.2%	94,519
売上総利益	5,832	34.4%	8,644	51.0%	2,476	14.6%	16,952
販売管理費	4,255	13.8%	17,889	58.1%	8,656	28.1%	30,800
営業利益	1,577	—	▲9,245	—	▲6,180	—	▲13,848

（※）比率は全社数値に対する構成比

6. 次回以降必要と考えられる支援内容

次回以降の支援項目・内容	期待される成果
① 2 S 活動の評価と改善支援	全体で 50 点以上/個店で 40 点以上
② 秋季販促活動の実施状況の確認と追加策企画の支援	28 年度客数目標である昨対比 95%達成