

# 酒販店の経営改善支援

200420203 荒川龍介

200420231 津川浩史

200520879 親松直子

(経営・政策科学専攻)

指導教員

三橋 平

筑波大学大学院 システム情報工学研究科  
修士 (ビジネス) 経営・政策化学専攻

平成 19 年 1 月 26 日

## 研究報告書要旨

本研究報告書は一般酒販小売店の経営改善支援のための診断プログラムを構築することを目的としている。一般酒販小売店とはいわゆる「昔ながらの町の酒屋さん」である。いま、その酒屋さんが苦境にさらされている。酒販免許の完全自由化されたことにより酒販業界の競争環境は激化し、消費者のライフスタイルが変化したことにより酒屋の競争優位性が失われつつある。現に酒販店の倒産が相次ぎ、その苦境は数字からも見て取れる。我々はそんな酒屋の苦境をすくうべく経営改善支援のための診断プログラムの構築を考えた。酒屋の経営改善に関する方法を述べた文献は数多く存在しているが、その多くは抽象的な内容であり具体的にどの様なことをすれば良いのかわからないものが多い。本研究報告書では既存の分析手法を用いながらも、酒屋の特性を考慮した独自の分析手法を構築している。分析は主に4つの視点からおこなわれる。4つの視点とは、酒屋を取り巻く外部環境を分析する「マクロ環境分析」、顧客のニーズを分析する「アンケート調査」、ヒトの労働状態を分析する「労働管理分析」、モノとカネの状態を分析する「店舗・販売管理分析」である。それぞれの分析結果から問題点を抽出し、それらの問題点を比較検討して重要な問題点から提示していく。この一連の作業によって解決すべき問題点の根源を知ることができ経営改善支援ができると考えている。本研究報告書では診断プログラムの手法を解説するとともに、ケース分析として「O 酒店」に対する適用事例を紹介している。実際にどのような手順でおこなえばよいのかを実際の情報を用いて記載しているので、具体的でわかりやすい内容となっている。

The purpose of this research is to construct a framework used for the management improvement of a small liquor store. "Small liquor store" is "Liquor store that has been managed before the deregulation." Most of those kinds of stores are suffering from management difficulty now. By the deregulation, it became easier to acquire the Sake license. Therefore, a competing environment of the Sake industry has changed. Moreover, because consumer's lifestyle changed, the competitive advantage of the liquor store is being lost. There are a lot of earlier literatures. However, the most of them are not practicable because these contents are so vague that the reader cannot move to the action. This research overcame such a fault. What you should do can be easily understood.

## 目次

第1章 序章.....	1
第1章 要旨.....	2
1. 1 はじめに.....	3
1. 2 既存の診断プログラムの現状と限界.....	3
1. 3 各章の役割.....	4
第2章 マクロ環境調査.....	6
第2章 要旨.....	7
2. 1 はじめに.....	8
2. 2 業界分析（第一部）.....	8
2. 2. 1 規制緩和のインパクトと酒販数量の推移.....	8
2. 2. 2 一般小売店の現状.....	9
2. 2. 3 顧客・問屋との力関係について.....	10
2. 2. 4 5-FORCES 分析.....	11
2. 3 本章の目的と分析手法の有意性（第二部）.....	13
2. 3. 1 マクロ環境調査実施の戦略的意味.....	13
2. 3. 2 想定される競合とその特徴.....	14
2. 2. 3 一般小売店と競合の商圈範囲について.....	20
2. 4 マクロ環境調査の手順（第三部）.....	21
2. 4. 1 STEP-1 競合立地調査.....	22
2. 4. 2 STEP-2 競合店性質調査.....	22
2. 4. 3 STEP-3 商圈特性分析.....	23
2. 4. 4 STEP-4 クロス表への統合.....	25

2. 5	おわりに.....	25
2. 6	0 酒店における実施例.....	26
2. 6. 1	STEP-1 競合立地調査.....	26
2. 6. 2	STEP-2 競合店性質調査.....	27
2. 6. 3	STEP-3 商圈特性分析.....	29
2. 6. 4	STEP-4 クロス表への統合.....	31
第3章	アンケート調査.....	35
第3章	要旨.....	36
3. 1	はじめに.....	37
3. 2	本章の目的と分析手法の有意性.....	37
3. 3	アンケート調査の手順.....	37
3. 3. 2	調査用紙の作成.....	39
3. 3. 3	実施概要.....	39
3. 3. 4	アンケートの単純集計.....	40
3. 3. 5	アンケートの解析.....	40
3. 3. 6	仮説検証.....	41
3. 4	終わりに.....	41
3. 5	0 酒店における実施例.....	42
3. 5. 1	仮説構築.....	42
3. 5. 2	調査用紙の作成.....	43
3. 5. 3	実施概要.....	43
3. 5. 4	アンケート集計結果.....	43
3. 5. 5	アンケート解析.....	46

3. 5. 6	仮説検証.....	50
第4章	労働管理分析.....	52
第4章	要旨.....	53
4. 1	はじめに.....	54
4. 1	はじめに.....	54
4. 2	分析の目的と有意性.....	54
4. 3	労働管理分析の手順.....	54
4. 3. 1	STEP 1 経営者ヒアリング調査.....	55
4. 3. 1. 1	経営者ヒアリング調査の目的.....	55
4. 3. 1. 2	実施方法と留意点.....	55
4. 3. 2	STEP 2 従業員ヒアリング調査.....	56
4. 3. 2. 1	従業員ヒアリング調査の目的.....	56
4. 3. 2. 2	実施方法と留意点.....	57
4. 3. 3	STEP 3 業務配分調査.....	58
4. 3. 3. 1	業務配分調査とは.....	58
4. 3. 3. 2	業務配分調査の目的.....	59
4. 3. 3. 3	実施方法と留意点.....	60
4. 3. 3. 4	集計結果のまとめ・分析.....	63
4. 3. 4	STEP 4 問題点の抽出.....	63
4. 4	0 酒店における実施例.....	65
4. 4. 1	経営者ヒアリング調査.....	65
4. 4. 1. 1	実施概要.....	65
4. 4. 2	従業員ヒアリング調査.....	66

4. 4. 2. 1	実施概要.....	66
4. 4. 2. 2	従業員ヒアリング調査から明らかになった点.....	66
4. 4. 3	業務配分調査.....	68
4. 4. 3. 1	実施概要.....	68
4. 4. 3. 2	目視からわかる業務上の問題点.....	68
4. 4. 3. 3	分析からわかる業務上の問題点.....	72
4. 4. 4	問題点の抽出.....	76
4. 5	まとめ.....	77
第5章	店舗・販売管理分析.....	79
第5章	要旨.....	80
5. 1	はじめに.....	81
5. 2	本章の目的と分析手法の有意性.....	81
5. 3	店舗・販売管理分析の手順.....	83
5. 3. 1	STEP 1 基本情報収集と集計.....	83
5. 3. 2	STEP 2 店舗管理分析.....	83
5. 3. 2. 1	店舗構成調査.....	83
5. 3. 2. 2	店内レイアウト調査.....	84
5. 3. 2. 3	店舗評価.....	84
5. 3. 3	販売管理分析.....	85
5. 3. 3. 1	ABC 分析.....	86
5. 3. 3. 2	在庫回転率.....	87
5. 3. 4	SLP の応用による適正店舗レイアウト評価.....	88
5. 4	0 酒店に対する実施内容.....	89

5. 4. 1	STEP 1 基本情報収集と集計.....	89
5. 4. 2	STEP 2 店舗管理分析.....	95
5. 4. 2. 1	店舗構成調査.....	95
5. 4. 2. 2	店内レイアウト調査.....	97
5. 4. 2. 3	店舗評価.....	99
5. 4. 3	STEP 3 商品販売管理分析.....	100
5. 4. 3. 1	商品の ABC 分析.....	100
5. 4. 3. 3	在庫回転率.....	103
5. 4. 4	SLP の応用による適正店舗レイアウト評価 .....	104
5. 5	結論 .....	108
第6章	終章.....	111
第6章	要旨 .....	112
6. 1	はじめに.....	113
6. 2	本章の目的と有意性.....	113
6. 3	問題抽出の手順.....	113
6. 3. 3. 1	STEP 1 問題点とトラブルの落とし込み.....	113
6. 3. 3. 2	STEP 2 問題点の評価.....	114
6. 3. 3. 3	STEP 3 マクロ環境調査・アンケート調査によるトラブル（事象）の重み付け .....	114
6. 4	0 酒店における実施例 .....	115
6. 5	まとめ.....	119